

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 16.06.2026 21:36:34
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.ДВ.03.01 Современные теории массовых коммуникаций

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.04.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

**Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с
общественностью**

(наименование образовательной программы)

Очная и заочная

(форма обучения)

2026

Санкт-Петербург

Автор - составитель РПД:

Вольская Екатерина Степановна, кандидат культурологии, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций СЗИУ РАНХиГС

Заведующий кафедрой:

Лабудин Александр Васильевич, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента СЗИУ РАНХиГС

Рабочая программа дисциплины Современные теории массовых коммуникаций одобрена на заседании кафедры менеджмента факультета экономики и финансов РАНХиГС.

протокол № _____ от « _____ » _____ 202 _____ г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина «Современные теории массовых коммуникаций» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
06.043 «Специалист по интернет-маркетингу», утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 19.02.2019. № 95н. 08.010 «Внутренний аудитор», утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 24.06.2015г. № 398н.	ПКс-1	Способен организовать проведение переговоров с заказчиком и предоставить консалтинговые услуги по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-1.3	Организует проведение переговоров с заказчиком и предоставляет консалтинговые услуги по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-1.3 3-4 Знает основы эффективной устной и письменной коммуникации ПКс-1.3 У-1 Умеет анализировать получаемую от заказчика информацию и выявлять его ожидания и требования
	ПКс-5	Способен организовать и проконтролировать работу по составлению отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети	ПКс-5.3	Организует и контролирует работу по составлению отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-5.3 3-2 Знает основы и правила проведения эффективных презентаций ПКс-5.3 3-3 Знает современные правила и стандарты составления технической документации

		«Интернет»			и ПКс-5.3 У-1 Умеет проводить презентации
--	--	------------	--	--	---

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины для очного отделения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академ. часов. Объем академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем составляет 43 акад. часов и на самостоятельную работу обучающихся – 101 акад. часа.

Объем дисциплины для заочного отделения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академ. часов. Объем академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем составляет 18 акад. часов и на самостоятельную работу обучающихся – 122 акад. часа.

Место дисциплины. Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Современные теории массовых коммуникаций» (4 семестр) является дисциплиной по выбору по направлению подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент.

«Входными» для ее освоения являются знания, умения и навыки, полученные обучающимися в процессе изучения таких дисциплин, как Б.1.Б.03 «Информационные системы управления УР СЭС» (1 семестр). Знания, полученные в курсе, используются студентами на преддипломной практике и при написании выпускной квалификационной работы.

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ, а также в дальнейшей организационно-управленческой деятельности и деятельности в сфере маркетинга.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк	К о н т р о л ь	СРкр		СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Сущность и история развития массовых коммуникаций.		2			0								15	

Тема 2	Теоретические направления изучения массовых коммуникаций		2			0							15	
Тема 3	Психология и манипулятивный характер массовых коммуникаций		3			12							30	
Тема 4	Реклама и связи с общественностью как ключевые массовые коммуникации современности		3			12							41	

Промежуточная аттестация													
Итого		144	10			24				9			101

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тЭК	К о н т р о л ь	СРкр		СРэк	СР
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ												
Тема 1	Сущность и история развития		2			2								10	

	массовых коммуникаций.													
Тема 2	Теоретические направления изучения массовых коммуникаций		2			2							10	
Тема 3	Психология и манипулятивный характер массовых коммуникаций		1			4							40	
Тема 4	Реклама и связи с общественностью как ключевые массовые коммуникации		1			4							62	

	современности													
Промежуточная аттестация														
Итого		144	6			12							122	4

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

ТЕМА 1. Сущность и история развития массовых коммуникаций ПКс-1.3

Краткое описание: Формирование понятийного аппарата дисциплины. Изучение эволюции средств передачи информации от книгопечатания до цифровых сетей. Анализ роли медиа в трансформации социальных структур и культурных кодов.

Содержание:

- Определение массовой коммуникации, её функции и дисфункции. Соотношение понятий «массовая информация» и «массовая коммуникация».
- Структура МК: коммуникатор, содержание, каналы, аудитория.
- Книгопечатание как предвестник МК: изобретения Гутенберга, развитие газетного дела и полиграфии в Европе и России.
- Эволюция аудиовизуальных медиа: экономические и социальные предпосылки появления радио, телевидения и кинематографа.
- Интернет как новая эра в развитии МК: влияние цифровых коммуникаций на общество, возникновение глобального информационного пространства.
- Взаимосвязь развития средств коммуникации и социальных изменений (Торонтская школа). «Глобальная деревня», «горячие» и «холодные» медиа (М. Маклюэн).

ТЕМА 2. Теоретические направления изучения массовых коммуникаций ПКс-1.3

Краткое описание: Систематизация теоретических подходов XX–XXI веков. Анализ медиацентрированных и социоцентрированных теорий. Изучение классических школ (Торонтская, Франкфуртская) и современных концепций информационного общества.

Содержание:

- Периодизация исследований МК (20-30-е, 40-60-е, 70-е годы). Классификации теорий Д. Маккуэйла, Б. Мьежа, Й. Грипсруда.
- Медиаориентированные и социоориентированные теории. Взгляды В. Беньямина, Т. Адорно, М. Хоркхаймера. Понятие «индустрия культуры» (Франкфуртская школа).
- Концепции публичной сферы и коммуникативного действия (Ю. Хабермас). Анализ «Одномерного человека» (Г. Маркузе).
- Торонтская школа: пространственно и временно предрасположенные медиа (Г. Иннис), эволюция цивилизаций как следствие медиа-революций (М. Маклюэн).
- Теории информационного общества: работы Д. Белла («постиндустриальное общество»), Э. Тоффлера («третья волна»), М. Кастельса («информациональный способ развития»).

- Концепция культурных индустрий (Б. Мьеж, Н. Гарнэм). Категории культурных продуктов, модели коммерциализации и стратегии снижения рисков.

ТЕМА 3. Психология и манипулятивный характер массовых коммуникаций ПКс-5.3

Краткое описание: Исследование психологических механизмов воздействия медиа. Изучение теорий формирования социальных установок, стереотипов, семиотических механизмов манипуляции и поведенческих реакций аудитории.

Содержание:

- Психология масс: теории Г. Лебона (психология толпы), Х. Ортеги-и-Гассета («восстание масс»), С. Московичи, В. Бехтерева (роль внушения).
- Семиотические концепции в МК: треугольник Ч. Пирса, семиология Ф. де Соссюра. Ролан Барт о мифах как семиологических системах. Ю. М. Лотман о тексте как знаке эпохи.
- Теории медиавоздействия: эксперименты А. Бандуры (медианасилие и теория научения), теория культивации Дж. Гербнера, теория социализации Мейеровица-Поустмена.
- Психоаналитические и когнитивные подходы: семантический дифференциал Ч. Осгуда, принципы гештальтпсихологии (организация восприятия).
- Социальные установки и стереотипы (У. Липпман). Трехкомпонентная структура аттитюда (М. Смит).
- Факторы изменения установок по К. Ховланду: источник информации, содержание сообщения, особенности аудитории. Теория использования и удовлетворения (Блумер – Кац).

ТЕМА 4. Реклама и связи с общественностью как ключевые массовые коммуникации современности ПКс-5.3

Краткое описание: Прикладной анализ рекламы и PR в системе МК. Изучение механизмов формирования общественного мнения, брендинга и стратегического управления коммуникациями в условиях глобализации и цифровизации.

Содержание:

- Реклама как институт массовой коммуникации: функции, виды, модели воздействия. Взаимосвязь рекламы и культурных индустрий (стандартизация, мифологизация).
- Связи с общественностью: определение, цели, функции. Общественное мнение как объект связей с общественностью: критерии значимости, дискуссионности, информационной доступности.
- Технологии формирования повестки дня и управления репутацией. Интеграция рекламы и PR в интегрированные маркетинговые коммуникации.

- Правовые и этические аспекты рекламы и ПР. Понятие «дисфункции» применительно к рекламным и ПР-кампаниям (манипуляция, стереотипизация).
- Современные тренды: глобализация медиа, влияние массовой компьютеризации на стратификационные процессы, цифровые коммуникации и новые форматы взаимодействия с аудиторией.
- Кейс-метод: анализ успешных рекламных и ПР-кампаний через призму теорий МК (функционализм, критическая теория, семиотика).

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

1.1. Оценочные материалы по дисциплине «Современные теории массовых коммуникаций» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление	Прочитайте текст и установите	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается 	Ответ считается верным, если правильно указана вся

последовательности	последовательность	<p>последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Ответ считается верным:</p> <p>1. Отсутствие фактических ошибок.</p> <p>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</p> <p>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</p> <p>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</p>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно		Не зачтено	F

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

Устный опрос, дискуссия

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

**ТЕМА 1. Сущность и история развития массовых коммуникаций. ПКс-1.3
Вопросы для устного опроса:**

1. Дайте определение массовой коммуникации и охарактеризуйте её роль в современном мире.
2. Назовите основные функции массовой коммуникации и раскройте понятие «дисфункция».

3. Опишите структуру массовой коммуникации и дайте характеристику её основных элементов.
4. Каковы ключевые характеристики массовой аудитории как субъекта массовой коммуникации?
5. Соотнесите понятия «массовая информация» и «массовая коммуникация».

Вопросы для дискуссии:

1. Можно ли считать книгопечатание первой подлинной медиареволюцией, или более значимыми были устные формы коммуникации?
2. Телевидение утрачивает свою роль в эпоху интернета или адаптируется и остаётся ключевым каналом массовой коммуникации?
3. Интернет сделал коммуникацию подлинно массовой или, напротив, привёл к фрагментации аудитории и потере «массовости»?
4. Кинематограф — это искусство или индустрия массовых коммуникаций? Где проходит граница?
5. Всегда ли развитие технических средств коммуникации ведёт к прогрессу общества, или существуют негативные последствия?

**ТЕМА 2. Теоретические направления изучения массовых коммуникаций.
ПКс-1.3**

Вопросы для устного опроса:

1. Назовите и охарактеризуйте основные этапы теоретических исследований массовой коммуникации в XX веке.
2. В чём заключается различие между медиаориентированными и социоориентированными теориями массовой коммуникации?
3. Представьте классификации теорий массовой коммуникации Д. Маккуэйла, Б. Мьежа и Й. Грипсруда.
4. Раскройте взгляды Вальтера Беньямина на роль технической воспроизводимости в массовой коммуникации.
5. Охарактеризуйте взгляды Теодора Адорно и Макса Хоркхаймера на «индустрию культуры».
6. В чём суть работы Герберта Маркузе «Одномерный человек» и её значение для критики массовой коммуникации?
7. Опишите концепцию коммуникативного действия и публичной сферы Юргена Хабермаса.

Вопросы для дискуссии:

1. Является ли «индустрия культуры» (Адорно, Хоркхаймер) неизбежным злом современного общества или катализатором культурного развития?
2. Действительно ли современный человек стал «одномерным» (Маркузе), или массовая коммуникация открывает новые возможности для эмансипации?

3. Сбылось ли пророчество Маклюэна о «глобальной деревне», или интернет создал не единое сообщество, а «глобальный торговый центр»?
4. Живём ли мы в информационном обществе (Кастельс, Белл) или информационное неравенство и цифровой разрыв опровергают эту концепцию?
5. Культурные индустрии производят культурные блага или «топливо для социальной мимикрии»?

ТЕМА 3. Психология и манипулятивный характер массовых коммуникаций. ПКс-5.3

Вопросы для устного опроса:

1. Охарактеризуйте взгляды Гюстава Лебона на психологию толпы и их влияние на изучение массовой коммуникации.
2. Раскройте суть концепции Хосе Ортеги-и-Гассета о «восстании масс».
3. Охарактеризуйте взгляды Сержа Московичи и Владимира Бехтерева на механизмы внушения в массовых процессах.
4. Опишите суть семиотической концепции Фердинанда де Соссюра как основателя науки о знаках.
5. Охарактеризуйте треугольник Чарльза Пирса и три вида знаков (индексальные, иконические, символы).
6. Раскройте взгляды Ролана Барта: четыре элемента семиологии, миф как семиологическая система.
7. Охарактеризуйте взгляды Ю.М. Лотмана на текст как культурный памятник и знак эпохи.
8. Опишите теорию речевых актов Джона Остина и её значение для массовой коммуникации.
9. В чём суть экспериментов Альберта Бандуры по изучению медианасилия и теории научения?

Вопросы для дискуссии:

1. Является ли любая массовая коммуникация по определению манипулятивной, или существуют «чистые» формы информирования?
2. Современный медиапотребитель — «жертва манипуляций» или активный пользователь, использующий медиа для удовлетворения своих потребностей (теория использования и удовлетворения)?
3. Мифы, описанные Роланом Бартом, — это пережиток прошлого или главный инструмент современных рекламы и пропаганды?
4. Делают ли социальные стереотипы жизнь человека проще или обкрадывают его восприятие реальности?
5. Может ли гештальтпсихология объяснить, почему одни рекламные сообщения «цепляют» внимание, а другие — нет?

ТЕМА 4. Реклама и связи с общественностью как ключевые массовые коммуникации современности. ПКс-5.3

Вопросы для устного опроса:

1. Дайте определение рекламы как института массовой коммуникации, назовите её функции и виды.
2. Охарактеризуйте взаимосвязь рекламы и культурных индустрий (стандартизация, мифологизация, товаризация культуры).
3. Дайте определение связей с общественностью как массовой коммуникации, назовите цели и функции PR.
4. Что такое общественное мнение? Каковы критерии (истинность, актуальность, дискуссионность, информационная доступность) события как объекта общественного мнения?
5. Охарактеризуйте технологии формирования повестки дня в рекламе и PR.
6. Как осуществляется управление репутацией через массовые коммуникации?

Вопросы для дискуссии:

1. Реклама — это двигатель торговли или инструмент формирования искусственных потребностей и неврозов?
2. PR служит обществу (налаживая диалог) или обслуживает только власть и капитал?
3. Можно ли в современной рекламе и PR обойтись без манипуляции? Приведите аргументы за и против.
4. Формируют ли реклама и PR общественные стереотипы или просто отражают уже существующие в обществе установки?
5. Кто должен нести ответственность за негативные последствия манипулятивных массовых коммуникаций — заказчик, агентство или платформа?
6. Этический кодекс в PR — реальный регулятор профессии или фасад для общественности?

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)

КТ 1	100	0,1	10
КТ 2	100	0,1	10
КТ 3	100	0,1	10
КТ 4	100	0,3	30
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:
 Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X
 Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ-1.

Тема 1.

Дискуссия

Устный опрос

КТ-2.

Тема 2.

Дискуссия

Устный опрос

КТ-3.

Тема 3.

Дискуссия

Устный опрос

КТ-4.

Тема 4.

Дискуссия

Устный опрос

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

Критерии оценивания дискуссии:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Глубина понимания темы	0-20	Системное раскрытие ключевых аспектов темы, демонстрация понимания теоретических концепций и их практического применения. Использование релевантной

		терминологии и опора на научные источники.
Аргументация и доказательность	0-20	Логическая обоснованность высказываний, приведение конкретных примеров и фактов. Умение строить причинно-следственные связи и подкреплять позицию доказательствами из теории и практики.
Критическое мышление и анализ	0-20	Способность к анализу различных точек зрения, выявление противоречий и неочевидных аспектов проблемы. Глубина рефлексии, оценка ограничений рассматриваемых подходов и методов.
Коммуникативная эффективность	0-20	Ясность и структурированность изложения, точность формулировок, уместное использование терминологии. Умение вести конструктивный диалог, учитывать контраргументы и адаптировать стиль коммуникации к аудитории.
Практическая ориентированность	0-20	Способность применять теоретические знания к решению практических задач, предлагать конкретные рекомендации и прогнозировать последствия их реализации. Учет профессионального контекста и реальных ограничений.
Итого максимально:	100	

Критерии оценивания устного опроса:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	0-25	Детальное, последовательное описание проблемного вопроса с конкретными примерами
<i>Стилистика</i>	0-25	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
<i>Логика изложения</i>	0-25	Чёткая последовательность

		изложения
<i>Оригинальность</i>	0-25	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (при необходимости).

Дополнительных материалов и оборудования не требуется

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой.

Зачет проводится в письменной форме. Обучающийся получает билет с вариантами 2-х вопросов различного типа: практический и теоретический вопрос. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 30 минут. По завершении подготовки необходимо представить ответы в письменном виде.

Во время зачета обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой.

При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ могут быть использованы следующие формы: устно в ДОТ – в форме обоснованных ответов на вопросы различного типа.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Перечень вопросов к зачету с оценкой

1. Дайте определение массовой коммуникации. Раскройте её роль, значение, основные функции и понятие «дисфункция».
2. Опишите структуру массовой коммуникации. Дайте характеристику массовой аудитории и соотношению понятий «массовая информация» и «массовая коммуникация».
3. Покажите эволюцию средств массовой коммуникации: от книгопечатания (Гутенберг, газеты) до радио, телевидения, кинематографа и интернета.

4. Охарактеризуйте влияние интернет-коммуникаций на общество. Назовите современные тенденции развития массовых коммуникаций (глобализация, цифровизация, конвергенция).
5. Раскройте взгляды представителей Торонтской школы (Г. Иннис, М. Маклюэн) на взаимосвязь развития средств коммуникации и социальных изменений.
6. Объясните концепции Маршалла Маклюэна: «средство есть сообщение», «глобальная деревня», «горячие» и «холодные» медиа.
7. Охарактеризуйте периодизацию теоретических исследований массовой коммуникации в XX веке (20–30-е, 40–60-е, 70-е гг.). Назовите ключевых представителей каждого этапа.
8. Раскройте различие между медиаориентированными и социоцентрированными теориями массовой коммуникации. Представьте классификации теорий Д. Маккуэйла, Б. Мьежа, Й. Грипсруда.
9. Охарактеризуйте взгляды теоретиков Франкфуртской школы (Т. Адорно, М. Хоркхаймер) на «индустрию культуры». В чём проявляется влияние законов рынка на культуру?
10. Раскройте суть работы Герберта Маркузе «Одномерный человек» и концепции Юргена Хабермаса о коммуникативном действии и публичной сфере.
11. Опишите основные идеи теорий информационного общества. Назовите причины их возникновения в 60–70-е годы. Охарактеризуйте вклад Д. Белла, Э. Тоффлера, З. Бжезинского, Ж.-Ф. Лиотара.
12. Раскройте воззрения П. Дракера («общество знаний») и М. Кастельса («информационный способ развития»). Как массовая компьютеризация влияет на социальную динамику и стратификацию?
13. Охарактеризуйте теорию культурных индустрий (Б. Мьеж, Н. Гарнэм, Г. Мёрдок, Д. Хезмондалш). Раскройте основные идеи доклада «Капитализм и культурные индустрии» (1978 г.).
14. Опишите категории продуктов сферы культуры и модели их коммерциализации (издательская и потоковая). Каковы стратегии снижения риска производителей культурного продукта?
15. Раскройте взгляды Вальтера Беньямина на роль технической воспроизводимости в массовой коммуникации.
16. Охарактеризуйте психологические теории масс (Г. Лебон, Х. Ортега-и-Гассет, С. Московичи, В. Бехтерев).
17. Раскройте основы семиотических концепций в массовой коммуникации: Ф. де Соссюр, Ч. Пирс (три вида знаков), Р. Барт (миф как семиологическая система), Ю.М. Лотман (текст как знак эпохи).
18. Объясните теорию речевых актов Джона Остина и её значение для анализа массовой коммуникации.
19. Охарактеризуйте психологические теории медиавоздействия: эксперименты А. Бандуры (теория научения), теорию культивации Дж. Гербнера, теорию социализации Мейеровица-Поустмена.

20. Раскройте теорию использования и удовлетворения (Блумер – Кац) и принципы организации восприятия информации в гештальтпсихологии.

21. Дайте определение социальной установки (аттитюда). Опишите трёхкомпонентную структуру (М. Смит), функции аттитюда и иерархическую систему диспозиций В.А. Ядова.

22. Назовите и раскройте три группы факторов, влияющих на изменение социальных установок, по К. Ховланду (источник, содержание, особенности аудитории).

23. Охарактеризуйте семантический дифференциал Чарльза Осгуда (понятие семантического поля) и его применение в исследовании массовых коммуникаций.

24. Дайте определение рекламы и связей с общественностью как институтов массовой коммуникации. Охарактеризуйте их функции, виды и взаимосвязь с культурными индустриями.

25. Что такое общественное мнение? Каковы критерии (актуальность, дискуссионность, информационная доступность, значимость) события как объекта общественного мнения?

26. Охарактеризуйте технологии формирования повестки дня и управления репутацией через инструменты рекламы и ПР.

27. Раскройте манипулятивный характер рекламы и ПР. В чём проявляется массовое «обольщение» аудитории как результат культурного производства?

28. Как семиотические концепции (мифы Р. Барта, знаки Ч. Пирса) и теория социальных установок (К. Ховланд) применяются при разработке рекламных и ПР-сообщений?

29. Охарактеризуйте правовые и этические аспекты рекламной и ПР-деятельности в контексте массовой коммуникации.

30. Как глобализация и массовая компьютеризация трансформируют рекламу и ПР в современном информационном обществе?

Типовое практическое задание для зачета с оценкой

Кейс: Анализ манипулятивного потенциала рекламной кампании через призму теоретических концепций массовой коммуникации

Ситуация:

Крупный сетевой ритейл продуктов питания запускает рекламную кампанию под слоганом: **«Мы заботимся о вашей семье. Только натуральные продукты без химии»**. В ходе кампании используются следующие приёмы:

- В рекламных роликах сняты актёры в одежде с цветами российского триколора на фоне загородного дома с большим огородом.
- Крупным планом демонстрируются улыбающиеся дети и пожилые родители, которые «выросли на этих продуктах».
- Внизу экрана мелким шрифтом указано: «В ассортименте представлены как натуральные, так и продукты с пищевыми добавками в пределах установленных норм».

- В социальных сетях бренд запустил флешмоб с хештегом #ЧестныйПродукт, где пользователи делятся фотографиями покупок, получая скидочные купоны.

Целевая аудитория — женщины 30–50 лет, с детьми, ведущие домашнее хозяйство, с уровнем дохода средним и ниже среднего.

При этом независимая экспертиза показала, что доля продукции без искусственных добавок в ассортименте ритейла составляет не более 18%, а цены на «натуральную линейку» в среднем на 35% выше, чем у конкурентов.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации.

1. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

Вопрос: Кому из теоретиков принадлежит идея «средство есть сообщение»?

- а) Г. Иннису
- б) М. Маклюэну
- в) Т. Адорно
- г) Ю. Хабермасу

2. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

Вопрос: Какой из перечисленных подходов к изучению массовой коммуникации является медиаориентированным?

- а) Изучение зависимости содержания коммуникации от социальных институтов
- б) Изучение влияния массовой коммуникации на формирование общественного мнения
- в) Изучение внутренних законов функционирования медиа как замкнутой системы
- г) Изучение экономических факторов, влияющих на производство контента

3. Задание закрытого типа на установление соответствия

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры вариантов ответа (например: 1-А, 2-Б, 3-В, 4-Г).

Вопрос: Установите соответствие между теоретиком массовой коммуникации и его ключевой концепцией.

Список 1 (Теоретик):

1. Г. Маркузе
2. Т. Адорно, М. Хоркхаймер
3. Ю. Хабермас
4. Р. Барт

Список 2 (Концепция):

- А) Индустрия культуры
- Б) Публичная сфера и коммуникативное действие
- В) Одномерный человек
- Г) Миф как семиологическая система

Ответ: 1 – ____, 2 – ____, 3 – ____, 4 – ____

4. Задание закрытого типа на установление соответствия

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры вариантов ответа (например: 1-А, 2-Б, 3-В, 4-Г).

Вопрос: Установите соответствие между этапом развития массовых коммуникаций и ключевым техническим изобретением.

Список 1 (Этап):

1. Зарождение массовой печати
2. Появление аудиовизуальных медиа
3. Цифровая революция
4. Эпоха кинематографа

Список 2 (Изобретение):

- А) Интернет
- Б) Печатный станок Гутенберга
- В) Радио и телевидение
- Г) Синематограф братьев Люмьер

Ответ: 1 – ____, 2 – ____, 3 – ____, 4 – ____

5. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать несколько правильных ответов.
4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа.

Вопрос: Какие из перечисленных характеристик относятся к функциям массовой коммуникации? (Выберите три варианта)

- а) Информационная функция
- б) Производственная функция
- в) Функция социализации
- г) Налогооблагающая функция
- д) Функция развлечения
- е) Регулятивная функция

6. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать несколько правильных ответов.
4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа.

Вопрос: Какие из перечисленных критериев характеризуют массовую аудиторию как элемент структуры массовой коммуникации? (Выберите три варианта)

- а) Анонимность
- б) Пространственная рассредоточенность
- в) Однородность социального состава
- г) Разнородность социального состава
- д) Невозможность непосредственного диалога с коммуникатором
- е) Гомогенность психологических характеристик

7. Задание закрытого типа на установление последовательности

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.
4. Записать буквы/цифры вариантов ответа в нужной последовательности (например: А, Б, В, Г, Д, Е).

Вопрос: Установите правильную хронологическую последовательность появления основных каналов массовой коммуникации.

- А) Телевидение
- Б) Книгопечатание
- В) Интернет
- Г) Радио
- Д) Газеты
- Е) Кинематограф

Ответ: ___ → ___ → ___ → ___ → ___ → ___

8. Задание закрытого типа на установление последовательности

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.
4. Записать буквы/цифры вариантов ответа в нужной последовательности (например: А, Б, В, Г).

Вопрос: Установите правильную последовательность этапов теоретических исследований массовой коммуникации в XX веке (в хронологическом порядке).

- А) Появление теорий информационного общества и культурных индустрий
- Б) Формирование медиаориентированных и социентрированных подходов
- В) Исследования пропаганды и эффектов массовой коммуникации (эксперименты Лассуэлла, Ховланда)
- Г) Разработка концепций «индустрии культуры» (Франкфуртская школа)

Ответ: ___ → ___ → ___ → ___

9. Задание комбинированного типа с выбором ответа и обоснованием

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Вопрос: Телевизионный канал на протяжении 10 лет показывает программы, в которых преступники всегда оказываются пойманными и наказанными, а добро побеждает зло. Согласно теории культивации Дж. Гербнера, какой эффект это окажет на постоянных зрителей?

- а) Зрители станут более критично относиться к правоохранительной системе
- б) У зрителей сформируется представление о мире как о «справедливом месте» с высокой вероятностью раскрытия преступлений
- в) Зрители перестанут различать художественный вымысел и реальность
- г) У зрителей снизится интерес к новостным программам о реальной преступности

Обоснование: (запишите свой ответ)

10. Задание комбинированного типа с выбором ответа и обоснованием

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Вопрос: В рекламе нового автомобиля используется образ «сильного, независимого мужчины, покоряющего бездорожье». Камера снимает крупным планом мощные колёса, грязный кузов и суровый пейзаж. Какой механизм манипуляции, согласно семиотической концепции Ролана Барта, преимущественно задействован в данной рекламе?

- а) Формирование новой социальной установки через повторение
- б) Превращение культурного конструкта «маскулинность» в естественный, «природный» атрибут автомобиля (мифотворчество)
- в) Использование теории научения через наблюдение за моделью
- г) Апелляция к бессознательным инстинктам (психоаналитический подход)

Обоснование: (запишите свой ответ)

11. Задание открытого типа с развернутым ответом

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

Вопрос: Опишите ключевые различия между медиаориентированными и социоцентрированными теориями массовой коммуникации. Приведите по два примера теоретиков (или концепций) для каждого подхода и кратко охарактеризуйте их взгляды.

12. Задание открытого типа с развернутым ответом

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

Вопрос: Раскройте содержание основных функций массовой коммуникации (не менее 4-х функций) и проиллюстрируйте их практическое проявление на примере анализа любой конкретной рекламной или PR-кампании (по вашему выбору).

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<p><i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i></p>	40
<p><i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i></p>	30-39
<p><i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i></p>	20-29
<p><i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i></p>	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (при необходимости).

Дополнительных материалов и оборудования не требуется

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Работа со списком литературы. Основная литература осваивается в полном объеме. Дополнительная литература факультативная для освоения.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к зачету пройдет в виде онлайн-встречи в приложении МТС Линк.

Зачет будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов для зачета и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения зачета могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеокamеры. Видеокamеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для зачета, преподаватель имеет право выставить оценку «не зачтено».

В случае сбоя в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к зачету.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 611 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18980-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535800> (дата обращения: 04.05.2026).

2. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 288 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15798-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539467> (дата обращения: 04.05.2026).

3. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582690> (дата обращения: 04.05.2026).

4. Шарков, Ф. И. Коммуникология: теория и практика массовой информации : учебник / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин. — 4-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2022. — 425 с. — ISBN 978-5-394-05131-3. — Текст : электронный // ЭБС Znanium [сайт]. — URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=431463> (дата обращения: 04.05.2026).

5. Венедиктова, Т. Д. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова, М. Б. Бергельсон, А. Л. Борисенко [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16445-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560945> (дата обращения: 04.05.2026).

8.2. Дополнительная литература

1. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — 2-е изд., переработанное и дополненное. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 245 с.

2. Барт, Р. Мифологии / Р. Барт ; перевод с французского С. Зенкина. — Москва : Академический проект, 2025. — 351 с.

3. Маклюэн, М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / М. Маклюэн ; перевод с английского В. Николаева. — 5-е издание, исправленное. — Москва : Кучково поле, 2023. — 464 с.

4. Маркузе, Г. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / Г. Маркузе ; перевод с английского А. Юдина. — Москва : АСТ, 2003. — 352 с.

5. Назаров, М. М. Медиа: Аудиторные тренды. Человек в современной российской медиасреде / М. М. Назаров. — Москва : ЛЕНАНД, 2023. — 256 с.

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.

