

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 05.09.2024 17:01:45  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a650281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС**

---

---

Кафедра журналистики и медиакommunikаций

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС  
Хлутков А.Д.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.15 «Социальные медиа и управление сообществами»**

*(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)*

по направлению подготовки

**42.03.05 «Медиакommunikации»**

*(код и наименование направления подготовки (специальности))*

**Медиапродюсирование и медиаменеджмент**

*направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))*

**бакалавр**

*квалификация выпускника*

**очная**

*форма(ы) обучения*

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2023 г.

**Автор–составитель:**

К.п.н., доцент кафедры  
журналистики и медиакоммуникаций

Юмашева И.А.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

РПД Б1.В.15\_«Социальные медиа и управление сообществами» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций. Протокол от 18 сентября 2023 г. № 9.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	7
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	9
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	11
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	12
7.1. Основная литература.....	12
7.2. Дополнительная литература.....	13
7.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	13
7.4. Нормативные правовые документы.....	13
7.5. Интернет-ресурсы.....	14
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	14

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

1.1. Дисциплина Б1.В.15 «Социальные медиа и управление сообществами» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

*Таблица 1*

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ПК-5	Способен выполнять организационно-управленческие функции по разработке и реализации проекта сценарного материала	ПК-5.1	Способен применять грамматику, стилистику и фонетику русского языка с целью осуществления профессиональной деятельности, основы создания и редактирования медиатекстов, принципы и методы построения материалов в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность СМИ и медиа
		ПК-5.2	Способен выполнять функции по инициированию творческих идей для создания нового продукта, формированию требований к создаваемому сценарному материалу, ведению переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала, контролю сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала, оценке качества сценарного материала, в случае необходимости формулирование требований по доработке и внесению необходимых изменений

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

*Таблица 2*

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
11.003/А Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-5.1	владение знаниями о грамматике, стилистике и фонетике русского языка
		умение создавать и редактировать медиатексты в соответствии с принципами и методами построения материалов в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность СМИ и медиа
		владение навыками создания и редактирования медиатекстов

ПК-5.2	знание специфики организационного процесса создания нового продукта
	Умение грамотно и профессионально инициировать творческие идеи для создания нового продукта, сформировать требования к создаваемому сценарному материалу
	Навык ведения переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала, контроля сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала, оценке качества сценарного материала

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.15 «Социальные медиа и управление сообществами» относится к вариативным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.05 «Медиакоммуникации».

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ, а также в дальнейшей практической коммуникационной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часов, 8 семестр.

*Таблица 3*

Вид работы	Трудоемкость (в акад./астр. часах)
<b>Общая трудоемкость</b>	144/108
<b>Контактная работа с преподавателем</b>	74/55,5
Лекции	24/18
Практические занятия	48/36
Лабораторные занятия	-
<b>Самостоятельная работа</b>	34/25,5
Контроль	36/27
Формы текущего контроля	Устный опрос, дискуссия, проектное задание
Консультация	2/1,5
<b>Вид промежуточного контроля</b>	Экзамен, 8 семестр

### *Место дисциплины.*

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами: «Продюсирование медиапроектов».

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://szu-de.ganepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### 3.1. Учебно-тематический план

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
<b>Очная форма обучения</b>								
Тема 1	Интернет как коммуникационная среда	17	4		8		5	УО
Тема 2	Социальные медиа в сети Интернет	17	4		8		5	Д
Тема 3	Сервисы социальных медиа	18	4		8		6	УО, Д*
Тема 4	Социальные объекты в Интернет	18	4		8		6	УО
Тема 5	Социальные медиа в профессиональной деятельности	18	4		8		6	УО
Тема 6	Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе	18	4		8		6	УО, Д, Пр*
Контроль		36						
Промежуточная аттестация								экзамен
Консультация		2						
<b>Всего (академ. час./астроном. час.):</b>		144	24		48		34	

УО – устный опрос

Д – дискуссия,

Пр – проект.

#### 3.2. Содержание дисциплины

##### **Тема 1.** Интернет как коммуникационная среда

История, развитие и принципы функционирования сети Интернет. Интернет как СМК. Природа Веб. Веб-эволюция. Возникновение Веб 2.0 и идеология социального Интернета. Преимущества использования Веб 2.0

##### **Тема 2.** Социальные медиа в сети Интернет

Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации. Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента). Содержание социальных медиа. Пользовательский контент. Принципы социальных медиа. Принцип соучастия и коллективный разум. Формы социальных медиа (social networking (знакомство, личное общение), collaboration work (?коллаборативное творчество?, совместная работа с информацией, её создание и преобразование), scial knowledge bases (публикация контейнеров контента, не связанных хронологически), social information broadcasting, unique content creation (создание уникального контента), resharing (распространение чужого контента).

##### **Тема 3.** Сервисы социальных медиа

Коллективные и персональные блоги, микроблоги. Социально-тематические сети (Интернет-форумы). Новостные социальные сайты. Интернет-хосты. Социальные сайты вопросов и ответов. Подкасты аудио и видео Социальные закладки. Фолксомония. Тэги. Онлайн-игры. Социальные сети (Facebook, MySpace, V Kontakte, Одноклассники, Мой Круг).

#### ***Тема 4.*** Социальные объекты в Интернет

Конструирование социальной реальности. Мотивы участия пользователей в предоставлении контента. Принципы формирования сетевого сообщества. Пользовательский текст, мультимедиа контент. Социальная сеть как капитал социального объекта. Принципы действия и инструментарий социальных сетей в Интернет.

#### ***Тема 5.*** Социальные медиа в профессиональной деятельности

Социальные медиа как ресурс рекламной и PR-деятельности. Социальные медиа как инструмент рекламной и PR-деятельности. Направления рекламной и PR-деятельности в Интернет. Принципы Social Network Relations. Рекламный и PR текст в социальных медиа. Социальный медиаплан. Стиль профессионального общения в Интернет. Модели работы с социальными сетями. Анализ кейсов.

#### ***Тема 6.*** Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе

Методология мониторинга и анализа данных в социальных сетях. Краудсорсинг и исследование социальных сетей для реализации проектов. Специфика анализа социальных сетей. Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей. Субкультуры в социальных сетях

### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся**

#### ***4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации***

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.15 «Социальные медиа и управление сообществами» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, защита проектов, дискуссия.

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательский метод, деловые игры, разбор конкретных ситуаций.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптированы для платформы Moodle.

#### ***4.2. Материалы текущего контроля успеваемости***

##### *Типовые вопросы для устного опроса*

1. История, развитие и принципы функционирования сети Интернет.
2. Интернет как СМК.
3. Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации.
4. Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента).

5. Содержание социальных медиа.
6. Коллективные и персональные блоги, микроблоги.
7. Социально-тематические сети (Интернет-форумы).
8. Новостные социальные сайты.
9. Интернет-хосты.
10. Социальные сайты вопросов и ответов.
11. Подкасты аудио и видео
12. Конструирование социальной реальности.
13. Мотивы участия пользователей в предоставлении контента.
14. Принципы формирования сетевого сообщества.
15. Пользовательский текст, мультимедиа контент.
16. Социальная сеть как капитал социального объекта.
17. Социальные медиа как ресурс рекламной и PR-деятельности.
18. Социальные медиа как инструмент рекламной и PR-деятельности.
19. Направления рекламной и PR-деятельности в Интернет.
20. Принципы Social Network Relations.
21. Методология мониторинга и анализа данных в социальных сетях.
22. Краудсорсинг и исследование социальных сетей для реализации проектов.
23. Специфика анализа социальных сетей.

#### *Типовые вопросы для дискуссий*

1. Интернет как СМК.
2. Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации.
3. Отличие социальных медиа от традиционных.
4. Специфика современных российских социальных медиа.
5. История развития современных российских социальных медиа.
6. Формы социальных медиа.
7. Социально-тематические сети.
8. Фолксономия
9. Конструирование социальной реальности.
10. Мотивы участия пользователей в предоставлении контента.
11. Принципы формирования сетевого сообщества.
12. Пользовательский текст, мультимедиа контент.
13. Социальная сеть как капитал социального объекта.
14. Техника продуктивной аргументации в социальных сетях

#### *Типовые задания для проектной работы*

Задание 1. Разработать концепцию молодежного сообщества в российской социальной сети (по выбору студента).

Задание 2. Сформировать миссию, задачи и медиаплан авторского молодежного сообщества в российской социальной сети.

Задание 3. Разработать и обосновать контент-план авторского молодежного сообщества в российской социальной сети.

Задание 4. Сформировать план продвижения авторского молодежного сообщества в российской социальной сети.

Задание 5. Презентационная защита авторского молодежного сообщества в российской социальной сети.



5.1. Экзамен проводится с применением метода устного опроса по билетам. Содержание билета по дисциплине состоит из двух вопросов, предполагающих знание теории.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

*Таблица 5(2)*

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПК-5.1: Владеет грамматикой, стилистикой и фонетикой русского языка с целью осуществления профессиональной деятельности, основы создания и редактирования медиатекстов, принципами и методами построения материалов в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность СМИ и медиа	Студент определяет принципы и методы построения материалов в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность СМИ и медиа	Студент эффективно создает и редактирует медиатексты
ПК-5.2: Выполняет функции по инициированию творческих идей для создания нового продукта, формированию требований к создаваемому сценарному материалу, ведению переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала, контролю сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала, оценке качества сценарного материала, в случае необходимости формулирование требований по доработке и внесению необходимых изменений	Студент формирует требования к создаваемому сценарному материалу, ведет переговоры (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала, контролирует сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала, оценивает качество сценарного материала, в случае необходимости формулирует требования по доработке и внесению необходимых изменений	Студент эффективно выполняет функции по инициированию творческих идей для создания нового продукта

*Перечень вопросов к экзамену*

1. Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации.
2. Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента).
3. Содержание социальных медиа.
4. Пользовательский контент.
5. Социально-тематические сети (Интернет-форумы).
6. Новостные социальные сайты. Интернет-хосты.
7. Социальные сайты вопросов и ответов.
8. Подкасты аудио и видео
9. Пользовательский текст, мультимедиа контент.
10. Социальная сеть как капитал социального объекта.
11. Принципы действия и инструментарий социальных сетей в Интернет.

12. Социальные медиа как ресурс рекламной и PR-деятельности.
13. Социальные медиа как инструмент рекламной и PR-деятельности.
14. Направления рекламной и PR-деятельности в Интернет.
15. Принципы Social Network Relations.
16. Рекламный и PR текст в социальных медиа.
17. Социальный медиаплан.
18. Стилль профессионального общения в Интернет.
19. Модели работы с социальными сетями.
20. Методология мониторинга и анализа данных в социальных сетях.
21. Краудсорсинг и исследование социальных сетей для реализации проектов.
22. Специфика анализа социальных сетей.
23. Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей.

### ***Шкала оценивания***

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний студентов». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Схема расчетов сформирована в соответствии с учебным планом направления, согласована с руководителем научно-образовательного направления, утверждена деканом факультета. Схема расчетов доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию по изучению дисциплины, указанную в Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС.

На основании п. 14 Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС в институте принята следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

#### Расчет итоговой рейтинговой оценки

***Таблица 6***

Количество баллов	Оценка	
	прописью	буквой
96-100	отлично	А
86-95	отлично	В
71-85	хорошо	С
61-70	хорошо	Д
51-60	удовлетворительно	Е

#### ***Описание системы оценивания***

***Таблица 7***

<i>Оценочные средства (формы текущего и промежуточного контроля)</i>	<i>Показатели оценки</i>	<i>Критерии оценки</i>
Устный опрос (по вопросам для устного опроса на семинарах)	Корректность и полнота ответов	Полный, развернутый и подкрепленный языковыми примерами ответ – 2 балла Неполный ответ – 1 балл Неверный ответ – 0 баллов
Защита проектов	Презентация по итогам разработки проекта защищена на семинарском занятии	Презентация выполнена без ошибок – 25 баллов Презентация выполнена полностью, но отдельные фрагменты презентации содержат ошибки, защищены не все позиции презентации – 15 баллов Задание не выполнено – 0 баллов
Дискуссия	1) соблюдение регламента (20 мин.); 2) характер источников (более трех источников); 3) подача материала (презентация); 4) ответы на вопросы (владение материалом).	Каждый критерий оценки доклада оценивается в 0,25 балла, максимум 1 балл за доклад. Допускается не более одного доклада в семестр, десяти докладов в год (всего до 10 баллов)
Экзамен	Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением языковых примеров	Полный иллюстрированный ответ – 8 баллов Неполный ответ с языковыми примерами – 6 баллов Неполный ответ без языковых примеров – 3 балла Неполный ответ и незнание понятийно-терминологического аппарата дисциплины – 0 баллов

Экзамен проводится с применением следующих методов: устный опрос по билетам. Содержание билета по дисциплине состоит из двух вопросов, предполагающих знание теории.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

## **6. Методические указания для обучающихся 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.

Защита проектов. Студенты распределяются на творческие группы по 2 человека и самостоятельно готовят проект по управлению сообществами в социальных медиа. По материалам этой работы студенты готовят презентацию-отчет, с которой выступают на

публичной защите проекта на семинарских занятиях. Регламент для защиты проекта – 15 минут. Оба участника проектной группы получают одинаковое количество баллов за защиту презентации-проекта.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к экзамену пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Экзамен будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов к экзамену 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 видеочамеры. Видеочамеру 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 сбоев 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.

## **7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### ***7.1. Основная литература***

1. ОСНОВЫ БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЯ СМИ 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Иваницкий В. Л. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2021 г. - 239 с. - ISBN 978-5-534-08351-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-biznes-modelirovaniya-smi-470555>
2. СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАТЕКСТ. ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Дзялошинский И. М., Пильгун М. А. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2021 г. - 345 с. - ISBN 978-5-534-11621-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sovremennyu-mediatekst-osobennosti-sozdaniya-i-funkcionirovaniya-475753>
3. ДИЗАЙН НОВЫХ МЕДИА 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Литвина Т. В. - Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова (г. Москва), 2021 г. - 181 с. - ISBN 978-5-534-10964-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/dizaynnovyh-media-473415>

## 7.2. Дополнительная литература

1. СОЦИОЛОГИЯ МЕДИАКУЛЬТУРЫ И МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Ефанов А. А. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2021 г. - 124 с. - ISBN 978-5-534-12432-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sociologiya-mediakultury-i-mediaobrazovaniya-476511>
2. ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ СМИ. ПОДГОТОВКА ТЕКСТОВ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Колесниченко А. В. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2021 г. - 321 с. - ISBN 978-5-534-14550-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnika-i-tehnologiya-smi-podgotovka-tekstov-477932>
3. ПСИХОЛОГИЯ МЕДИАТЕКСТА 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Ерофеева И. В. - Забайкальский государственный университет (г. Чита), 2021 г. - 206 с. - ISBN 978-5-534-12958-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/psihologiya-mediateksta-471630>

## 7.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

### *Русскоязычные ресурсы*

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубриконт»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов *Электронная Библиотека Диссертаций* РГБ
- Информационно-правовые базы *Консультант плюс, Гарант.*

### *Англоязычные ресурсы*

- *EBSCO Publishing* – доступ к мультidisциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
- *Emerald* – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

## 7.4. Нормативно правовые документы

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

## 7.5. Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

1) <http://www.gramota.ru>

2) <http://www.slovari.ru>

## 8. 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).

*Таблица 9*

№ п/п	Наименование
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.