Приложение 5

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Т. М. Кожевникова
«17» июня 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.03.1 Коммуникативные стратегии в редакционном процессе

Направление подготовки/специальность: 42.04.02 - Журналистика

Профиль/направленность/специализация: Журналистика цифровой среды

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2026

Тамбов, 2026

Автор программы:
Кандидат филологических наук, Иванова Мария Михайловна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 - Журналистика (уровень магистратуры) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 529).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «16» июня 2026 г. Протокол № 11

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, информационных технологий и креативных индустрий, Протокол от «17» июня 2026 г. № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины…… 4

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры…… 4

3. Объем и содержание дисциплины…… 5

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства…… 6

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)…….. 10

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины…… 12

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы……. 13

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-4 Способность осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- научно-исследовательский

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-4 Способность осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс	Осуществляет редакторскую деятельность в условиях любой медийной площадки и в соответствии со стратегией развития редакции СМИ, медийных проектов

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-4 Способность осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения		
		Очная (семестр)		
		1	2	3
1	Коммуникационный менеджмент		+	
2	Корпоративные коммуникации в медиасреде	+		
3	Профессионально-творческая практика		+	+
4	Редакционный менеджмент		+	

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Коммуникативные стратегии в редакционном процессе» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 42.04.02 - Журналистика.

Дисциплина «Коммуникативные стратегии в редакционном процессе» изучается в 2 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 2 з.е.

Очная: 2 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	**72**
Контактная работа	24
Лекции (Лекции)	12
Практические (Практ. раб.)	12
Самостоятельная работа (СР)	48
Зачет	-

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лекции	Практ. раб.	СР	
		О	О	О	
2 семестр					
1	Определение коммуникативной стратегии и ее виды	4	2	12	Доклад на семинаре
2	Манипулятивная стратегия в СМИ.	2	4	12	Доклад на семинаре; Тестирование
3	Этапы разработки коммуникационной стратегии.	2	2	12	Доклад на семинаре
4	Применение коммуникационных стратегий для цифровых медиа.	4	4	12	Доклад на семинаре; Тестирование

Тема 1. Определение коммуникативной стратегии и ее виды (ПК-4)

Лекция.

Коммуникативные стратегии. Коммуникативная стратегия как обязательное условие выстраивания эффективного общения с аудиторией. Виды современных классификаций современных коммуникативных стратегий и способы их дифференцирования. Манипулятивная и конфликтная стратегия в практике современных СМИ.

Практическое занятие.

Понятие коммуникативных стратегий. Знание коммуникативных стратегий как обязательное условие выстраивания эффективного общения с аудиторией. Классификация современных коммуникативных стратегий. Роль и место манипулятивной и конфликтной стратегии в практике современных СМИ.

Задания для самостоятельной работы.

На примере 2-3 периодических изданий рассмотреть наиболее популярные виды современных коммуникационных стратегий и примеры их реализации.

Тема 2. Манипулятивная стратегия в СМИ. (ПК-4)

Лекция.

Манипуляция. Первичная и вторичная манипуляция как основные типы этого вида коммуникационной стратегии. Приемы манипулирования - общие, наиболее популярные в современных СМИ. Манипуляция в сетевых изданиях.

Практическое занятие.

Определение манипуляции. Первичная и вторичная манипуляция. Приемы манипулирования. Манипулятивный потенциал Интернета.

Задания для самостоятельной работы.

Найти примеры использования различных манипулятивных технологий в материалах СМИ, проанализировать их механизм и дать общую характеристику (не менее 3-5 примеров).

Тема 3. Этапы разработки коммуникационной стратегии. (ПК-4)

Лекция.

Разработка коммуникационной стратегии - определение, цели и задачи, этапы. Аналитика как важнейший элемент коммуникационной стратегии. Сопсобы определения целей стратегии. Составление портрета целевой аудитории. Этапы и суть медиапланирования. Бюджет коммуникационной стратегии. Методика внедрения коммуникационной стратегии. Способы избежать ошибок при разработке коммуникационной стратегии.

Практическое занятие.

Аналитика. Определение целей стратегии. Портрет целевой аудитории. Медиапланирование. Расчет бюджета. Внедрение коммуникационной стратегии. Основные ошибки при разработке коммуникационной стратегии.

Задания для самостоятельной работы.

Разработать коммуникационную стратегию для конкретного периодического издания (вымышленного либо реального).

Тема 4. Применение коммуникационных стратегий для цифровых медиа. (ПК-4)

Лекция.

Новая площадка для медиакоммуникаций - виртуальная среда. Взаимосвязь типов аудитории и каналов продвижения в сети. Интернет-реклама - плюсы и минусы. Способы использования коммуникативныы стратегий в блогах профессиональных журналистов. Современный блогинг и роль самопрезентации в раскрутке личного бренда.

Практическое занятие.

Виртуальная среда как новая площадка для медиакоммуникаций. Особенности типов аудитории и каналов продвижения в сети. Достоинства и недостатки интернет-рекламы. Коммуникативные стратегии в блогах профессиональных журналистов. Явление самопрезентации сквозь призму современного блогинга.

Задания для самостоятельной работы.

Проанализируйте блоги современных журналистов, определите, какие коммуникативные стратегии они используют.

Приведите наиболее успешные примеры самопрезентации из числа известных медийных персон – политиков, бизнесменов, деятелей культуры и искусства, журналистов. Назовите ключевые моменты, которые формируют их образ в создании аудитории, делают его узнаваемым.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

2 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 80 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 5 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Max. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Определение коммуникативной стратегии и ее виды	Доклад на семинаре	20	15-20 Доклад соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. 14-10- Доклад соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. 9-5В структуре и оформлении доклада имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. 4-1 сформулированы отдельные положения темы доклада.
2.	Манипулятивная стратегия в СМИ.	Доклад на семинаре	20	15-20 Доклад соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. 14-10- Доклад соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. 9-5В структуре и оформлении доклада имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. 4-1 сформулированы отдельные положения темы доклада.
		Тестирование(контрольный срез)	5	Тест состоит из 10 вопросов. 5 баллов – студент правильно отве-чает на 100% вопросов в тесте 4 балла – студент правильно отвеча-ет на 50% вопросов в тесте 3 балла – студент правильно отвеча-ет на 30% вопросов в тесте. Менее 30% правильных ответов баллов не дает

3.	Этапы разработки коммуникационной стратегии.	Доклад на семинаре	20	15-20 Доклад соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. 14-10- Доклад соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. 9-5В структуре и оформлении доклада имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. 4-1 сформулированы отдельные положения темы доклада.
4.	Применение коммуникационных стратегий для цифровых медиа.	Доклад на семинаре	20	15-20 Доклад соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. 14-10- Доклад соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. 9-5В структуре и оформлении доклада имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. 4-1 сформулированы отдельные положения темы доклада.
		Тестирование(контрольный срез)	5	Тест состоит из 10 вопросов. 5 баллов – студент правильно отве-чает на 100% вопросов в тесте 4 балла – студент правильно отвеча-ет на 50% вопросов в тесте 3 балла – студент правильно отвеча-ет на 30% вопросов в тесте. Менее 30% правильных ответов баллов не дает
5.	Посещаемость		10	Дополнительные баллы за посещаемость могут быть присвоены студенду при условии посещения им всех лекционных и практических занятий.
6.	Премиальные баллы		20	Дополнительные премиальные бал-лы могут быть начислены: – за составление проекта коммуникационной стратегии СМИ, выполненного на качественном уровне – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 20 баллов; - участие с докладом во всероссий-ской конференции по тематике изу-чаемой дисциплины – 10 баллов; – полностью подготовленная к пуб-ликации статья по тематике в рамках дисциплины – – 10 баллов.
7.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		90	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
8.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено

0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Доклад на семинаре

Тема 1. Определение коммуникативной стратегии и ее виды

1.Коммуникативные стратегии в современном редакционном процессе.

2.Виды классификации современных коммуникативных стратегий.

3.Способы использования коммуникативной стратегии на практике современных СМИ.

Тема 2. Манипулятивная стратегия в СМИ.

1.Определение и основные признаки манипуляции.

2.Особенности первичной и вторичной манипуляции.

3.Примеры манипуляции сознанием аудитории из практики современных телевизионных либо печатных СМИ (3-5 примеров из различных источников).

Тема 3. Этапы разработки коммуникационной стратегии.

1.Перечислить и охарактеризовать основные этапы разработки коммуникационной стратегии.

2.Особенности составления портрета целевой аудитории при разработке коммуникационной стратегии для различных информационных площадок (традиционных и цифровых).

3.Перечислить основные ошибки при разработке коммуникационной стратегии и их последствия.

Тема 4. Применение коммуникационных стратегий для цифровых медиа.

1.Перечислить основные цифровые площадки медиакоммуникаций, дать им краткую характеристику.

2.Назовите примеры реализации манипулятивных стратегий в Интернете.

3.Механизм ранжирования современной сетевой аудитории,

Тестирование

Тема 2. Манипулятивная стратегия в СМИ.

Продуманное действие, у которого есть заказчик, исполнитель, знающие цели и приемы манипулирования, называют:

-вторичной манипуляцией;

-первичной манипуляцией.

Тема 4. Применение коммуникационных стратегий для цифровых медиа.

Коммуникативная стратегия – это:

-общий план коммуникативного поведения, посредством которого выбирается оптимальное решение коммуникативных задач и реализуются речевые действия коммуниканта;

-любой способ взаимодействия между людьми;

-план по привлечению целевой аудитории к медийному продукту;

-схема продвижения редакционного бренда.

В число основных ошибок составления коммуникационной стратегии входят:

-плохая аналитика;

-неверно определение аудитории;

-маленький бюджет;

-чрезмерное внимание ценностям потребителя.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-4)

1. Коммуникативные стратегии в современном редакционном процессе.
2. Виды классификации современных коммуникативных стратегий.
3. Способы использования коммуникативной стратегии на практике современных СМИ.
4. Определение и основные признаки манипуляции.
5. Особенности первичной и вторичной манипуляции.
6. Этапы разработки коммуникационной стратегии.
7. Особенности составления портрета целевой аудитории при разработке коммуникационной стратегии для различных информационных площадок (традиционных и цифровых).
8. Основные ошибки при разработке коммуникационной стратегии и их последствия.
9. Основные цифровые площадки медиакоммуникаций, дать им краткую характеристику.
10. Манипулятивные стратегии в Интернете.
11. Механизм ранжирования современной сетевой аудитории,

Типовые задания для зачета (ПК-4)

1. Особенности применения современных коммуникативных стратегий в СМИ.
2. Приемы манипулирования в современных СМИ.
3. Разработка коммуникационной стратегии в редакционном процессе: этапы, особенности, детали.
4. Коммуникационные стратегии в Интернете.
5. Самопрезентация как эффективный способ коммуникации в цифровой среде.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-4	Хорошие и систематизированные знания по дисциплине; умение ориентироваться в основном теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку; использование профессиональной терминологии;умение делать выводы без существенных ошибок; владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении типовых задач; умение решать стандартные задачи.
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-4	Фрагментарные знания по дисциплине; неумение использовать профессиональную терминологию; наличие грубых ошибок; низкий уровень культуры исполнения заданий; низкий уровень сформированности компетенций.

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

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;

- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.

- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентаци, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);

- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);

- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);

- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;

- полнота и глубина ответа;

- сознательность ответа;

- логика изложения материала;

- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;

- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;

- использование дополнительного материала;

- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели. ссылки на ресурсы. соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;

- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;

- личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы:

- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Кирилова А. В., Куленко С. В., Плавская Е. Л., Стуканов Т. Н. Основы личностной и коммуникативной культуры. Культура и личность : учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2025. - 80 с. - Текст : электронный // ЭБС "ЛАНЬ" [сайт]. - URL: https://e.lanbook.com/book/514577

2. Напреенко Г. В. Современные коммуникативные технологии : учебное пособие. - Кемерово: КемГУ, 2025. - 189 с. - Текст : электронный // ЭБС "ЛАНЬ" [сайт]. - URL: https://e.lanbook.com/book/507612

3. Воскресенская Н. Г. Контент-анализ в исследованиях коммуникативного пространства : учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2025. - 52 с. - Текст : электронный // ЭБС "ЛАНЬ" [сайт]. - URL: https://e.lanbook.com/book/507776

4. Трофимов М. Ю. Основы коммуникативной культуры : учебное пособие. - 4-е изд., стер.. - Санкт-Петербург: Планета музыки, 2024. - 184 с. - Текст : электронный // ЭБС "ЛАНЬ" [сайт]. - URL: https://e.lanbook.com/book/483740

6.2 Дополнительная литература:

1. Гуревич П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 1 : Учебное пособие для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 289 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/456202

2. Гуревич П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 2 : Учебное пособие для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 236 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/456205

3. Касьянов В. В. Социология массовых коммуникаций : Учебник Для СПО. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 221 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/456302

4. Поляков В. А., Романов А. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : Учебник и практикум Для академического бакалавриата. - Москва: Юрайт, 2018. - 502 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/425574

5. Хренов Н. А. Теория аудитории медиа: публика в истории культуры : Учебное пособие для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2021. - 411 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/468080

6. Ачкасова В. А., Володина Л. В., Бабочиева М. Л., Белянина Н. Н., Быстрянцев С. Б., Быков И. А., Гончаров В. Э., Гусев К. А., Карпухина О. К., Меткин М. В., Старенченко Ю. Л. Связи с общественностью как социальная инженерия : Учебник для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 351 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/453280

7. Бобров А. А. Основы журналистской деятельности : Учебное пособие для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 343 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/452362

8. Енина Л. В., Зыков В. Ф. Практика журналистского общения : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 75 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/453751

9. Зельдович Б. З., Сперанская Н. М. Управленческие решения в полиграфии : Учебное пособие для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 201 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/457061

10. Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : Учебное пособие для вузов. - испр. и доп; 3-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 239 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/451640

11. Муратов С. А. Встречная исповедь. Психология общения с документальным героем : Учебное пособие для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 171 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/451992

12. Мясникова М. А. Практика профессионального медиаобразования : Учебное пособие. - Москва: Юрайт, 2020. - 179 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/453290

13. Свитич Л. Г. Актуальные проблемы современной науки и журналистика : Учебник и практикум для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 205 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/451642

14. Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика : Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 391 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/450406

6.3 Иные источники:

1. Электронная библиотека учебников для вузов - http://4du.ru/

2. Электронные ресурсы Российской государhttp://olden.rsl.ru/ru/networkresources - http://olden.rsl.ru/ru/networkresources

3. Электронная гуманитарная библиотека - http://www.gumfak.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Операционная система Microsoft Windows 10

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

7-Zip 9.20

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Юрайт: образовательная платформа, электронно-библиотечная система. – URL: https://urait.ru
2. Электронная библиотека ТГУ. – URL: https://elibrary.tsutmb.ru/

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.