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.О.11 Этико-правовые аспекты медиасферы

Направление подготовки/специальность: 42.04.02 - Журналистика

Профиль/направленность/специализация: Журналистика цифровой среды

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2026

Тамбов, 2026

Авторы программы:
Доктор филологических наук, профессор Зверева Екатерина Анатольевна
Кандидат филологических наук, доцент Серова Светлана Александровна

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…… 5

3. Объем и содержание дисциплины…… 5

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства…… 9

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)…….. 18

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины…… 20

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы……. 21

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

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

- редакторский

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
	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Применяет правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем в цифровой среде на глобальном, национальном и региональном уровнях
	ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	Прогнозирует эффекты и последствия профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения	
		Очная (семестр)	
		1	3
1	Индустрия новых медиа	+	
2	Научно-исследовательская работа		+

ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения
		Очная (семестр)
		3
1	Научно-исследовательская работа	+

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Этико-правовые аспекты медиасферы» относится к обязательной части учебного плана ОП по направлению подготовки 42.04.02 - Журналистика.

Дисциплина «Этико-правовые аспекты медиасферы» изучается в 2 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 4 з.е.

Очная: 4 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	**144**
Контактная работа	48
Лекции (Лекции)	12
Практические (Практ. раб.)	36
Самостоятельная работа (СР)	60
Экзамен	36

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	Законодательные акты, регулирующие деятельность СМИ	2	6	10	Тестирование
2	Организационно-правовые формы предприятия СМИ	2	6	10	Контрольная работа
3	Интеллектуальные права в сфере масс-медиа	2	6	10	Контрольная работа
4	Реклама и СМИ	2	6	10	Практическое задание
5	Правовое ограничение распространения недостоверной информации в средствах массовой информации и в информационно-телекоммуникационных сетях.	2	6	10	Тестирование
6	Правовое ограничение распространения информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным госсимволам, Конституции и госорганам	2	6	10	Контрольная работа

Тема 1. Законодательные акты, регулирующие деятельность СМИ (ОПК-5)

Лекция.

СМИ как институт политической системы современного общества. Понятие средства массовой информации. Признаки СМИ: массовость, периодичность, распространяемость. СМИ как субъект и как объект права. Виды СМИ по российскому законодательству. СМИ в Интернете. Система законодательства о СМИ в Российской Федерации. Корпоративные нормы и механизмы саморегулирования в сфере СМИ. Конституция РФ, Закон РФ о средствах массовой информации, Уголовный кодекс РФ, Гражданский кодекс РФ, Закон РФ «О государственной тайне», Федеральный закон "О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации", ФЗ «О связи», Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», Федеральный закон «О рекламе», Федеральный закон "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации".

Практическое занятие.

1. Разграничение полномочий в сфере массовой информации между федеральными и местными органами власти.
2. Законотворчество о СМИ в субъектах Российской Федерации.
3. Судебная система РФ. Роль Верховного и Конституционного судов в правовом регулировании деятельности СМИ.
4. Конституционное регулирование информационных отношений в РФ.

Задания для самостоятельной работы.

Решение задач по теме.

Тема 2. Организационно-правовые формы предприятия СМИ (ОПК-5)

Лекция.

Субъекты, реализующие свободу массовой информации, их права и обязанности: учредитель, редакция, журналист, главный редактор, издатель, распространитель, собственник. Правовое положение редакции СМИ как субъекта частного и как субъекта публичного права. Организационно - правовые формы предприятий СМИ. Понятия «СМИ», «массовая информация», «учредитель», «издатель», «редакция», главный редактор», «юридическое лицо», «предприятие». Учредитель – частное лицо. Коллективное учредительство. Учредитель – журналистский коллектив СМИ. Учредитель – трудовой коллектив редакции. Учредитель – государственный орган, ведомство, общественная организация – профсоюз, партия, политическое движение и т.д. Отношения между учредителем СМИ и его редакцией Выбор для редакции организационно-правовой формы юридического лица. Устав редакции. Юридическое лицо. Редакция – общество с ограниченной ответственностью (ООО). Редакция – акционерное общество (АО). Государственное (муниципальное) унитарное предприятие. Автономная некоммерческая организация.

Практическое занятие.

Анализ учредительных документов редакций различных организационно-правовых форм

Задания для самостоятельной работы.

Контрольная работа «Правовые формы организации деятельности редакции СМИ».

Тема 3. Интеллектуальные права в сфере масс-медиа (ОПК-5)

Лекция.

Охраняемые результаты интеллектуальной деятельности. Интеллектуальные права. Предмет регулирования авторского права. Объекты авторского права. Субъекты авторского права. Соавторство, условия распоряжения произведением, созданным в соавторстве. Служебное произведение и право работодателя на его использование. Правовой режим информации, являющейся объектом авторского права Содержание авторского права. Использование прав. Условия правомерного свободного использования произведений без согласия автора и без выплаты авторского вознаграждения: в личных целях, в информационных, критических, полемических, в учебных, научных и других целях. Срок действия авторского права. Передача авторских прав. Авторский договор, его условия. Меры защиты авторских прав. Субъекты, имеющие право требовать применения этих мер.

Практическое занятие.

1. История принятия Закона РФ “О средствах массовой информации” (1991).
2. Инициативный авторский проект Ю.М. Батурина, М.А. Федотова и В.Л. Энтина.
3. Создание правовой базы российской прессы, регистрация СМИ.

Задания для самостоятельной работы.

Решение задач по теме.

Тема 4. Реклама и СМИ (ОПК-7)

Лекция.

Понятие и виды рекламы. Общие требования к рекламе. Виды ненадлежащей рекламы: недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная, скрытая. Ограничение рекламы отдельных видов товаров и услуг. Ограничения на рекламу алкогольных и табачных изделий, медикаментов и медицинских услуг, оружия и т.д. Ограничения, связанные с отдельными способами рекламы. Запрет сравнительной рекламы. Защита интересов несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Права потребителей. Рекламные издания. Допустимые объемы рекламы в нерекламных СМИ. Социальная реклама. Квоты для социальной рекламы. Спонсорство, соотношение понятий «спонсорство» и «реклама».

Практическое занятие.

Правила размещения рекламы в интернете. Правила маркировки рекламы в интернете. Единый реестр интернет-рекламы (ЕРИР). Оператор рекламных данных (ОРД).

Задания для самостоятельной работы.

Решение задач по теме.

Тема 5. Правовое ограничение распространения недостоверной информации в средствах массовой информации и в информационно-телекоммуникационных сетях. (ОПК-7)

Лекция.

.Виды недостоверной информации в медиа и информационно-телекоммуникационных сетях. Административная и уголовная ответственность за распространение общественно значимой заведомо недостоверной информации. Судебная практика, связанная с применением законодательства и мер по противодействию публичному распространению дезинформации. Статья 13.15. Злоупотребление свободой массовой информации Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. Статьи 207.1 и 207.2 Уголовного кодекса Российской Федерации. Порядок блокировки интернет ресурсов за распространение недостоверной общественно важной информации. Правовое ограничение распространения ложной информации о действиях российских военных и дискредитации Вооруженных сил РФ. Статья 207.3 УК РФ о публичном распространении заведомо ложной информации об использовании Вооруженных Сил РФ в целях защиты интересов России и ее граждан.

Практическое занятие.

Работа с понятиями законов, ограничивающих распространение общественно важной недостоверной информации.

1. Заведомо недостоверная информация.
2. Публичное распространение информации.
3. Распространение недостоверной информации «под видом достоверной».
4. «Обстоятельства, представляющие угрозу жизни и безопасности граждан».
5. Критерии разграничения административной и уголовной ответственности за распространение заведомо недостоверной общественно значимой информации.

Задания для самостоятельной работы.

Анализ судебной практики, связанной с применением правовых мер по противодействию публичному распространению дезинформации

Тема 6. Правовое ограничение распространения информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным госсимволам, Конституции и госорганам (ОПК-7)

Лекция.

Правовое регулирование распространения информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам Российской Федерации, Конституции Российской Федерации или органам, осуществляющим государственную власть в Российской Федерации. Экспертное заключение постоянной комиссии по свободе информации и правам журналистов Совета при Президенте Российской Федерации по развитию гражданского общества и правам человека на принятые Государственной Думой закон «О внесении изменения в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и закон «О внесении изменения в статью 20.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях»

Практическое занятие.

Анализ публикаций с информацией, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам Российской Федерации, Конституции Российской Федерации или органам, осуществляющим государственную власть в Российской Федерации.

Задания для самостоятельной работы.

Решение задач по теме.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

2 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 40 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 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.	Законодательные акты, регулирующие деятельность СМИ	**Тестирование(контрольный срез)**	10	Тест состоит из 10 вопросов. Каждый правильный ответ дает один балл.

2.	Организационно-правовые формы предприятия СМИ	Контрольная работа	10	10 баллов. Студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета. 7-9 баллов. Студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов. 5-7 баллов. Студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3-5 баллов. Студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 0 баллов. Студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок.
3.	Интеллектуальные права в сфере масс-медиа	Контрольная работа	10	10 баллов. Студент в полном объеме владеет теоретическим материалом по теме «Авторское право в медиа»; отлично знает правовые акты, регулирующие интеллектуальные права в медиа; использует профессиональную терминологию. Задание выполнено без ошибок. 6 баллов. Студент владеет теоретическим материалом по теме «Авторское право в медиа»; знает правовые акты, регулирующие интеллектуальные права в медиа, но допускает ошибки при анализе их применения. Задание выполнено с недочетами. 3 балла. Студент владеет теоретическим материалом по теме, но затрудняется с применением своих знаний на практике. Задание выполнено с ошибками.
4.	Реклама и СМИ	Практическое задание	10	10 баллов. Студент в полном объеме владеет теоретическим материалом по теме "Правовое регулирование рекламы", верно выявляет в рекламных материалах нарушения, использует терминологию сферы медиаправа. Задание выполнено без ошибок. 6 баллов. Студент владеет теоретическим материалом по теме "Правовое регулирование рекламы", но выявляет не все нарушения в рекламных материалах. Задание выполнено с недочетами. 4 балла. Студент владеет теоретическим материалом по теме, но затрудняется с применением своих знаний на практике. Задание выполнено с ошибками.
5.	Правовое ограничение распространения недостоверной информации в средствах массовой информации и в информационно-телекоммуникационных сетях.	**Тестирование(контрольный срез)**	10	Тест состоит из десяти вопросов. Каждый правильный ответ дает один балл

6.	Правовое ограничение распространения информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным госсимволам, Конституции и госорганам	Контрольная работа	10	10 баллов. Студент в полном объеме ответил на все вопросы в контрольной работе. Студент в полном объеме владеет знаниями правового регулирования распространения информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам. 5 баллов. Студент ответил на все предусмотренные вопросы. Студент владеет знаниями правового регулирования распространения информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам, но затрудняется с анализом применения этих правовых актов на практике. 3 балла. Студент демонстрирует достаточные знания правового регулирования распространения информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам, но в контрольной работе даны ответы не на все вопросы, некоторые темы освещены фрагментарно.
7.	Посещаемость		10	10 баллов дает стопроцентное посещение занятий
8.	Премиальные баллы		20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - постоянная активность во время лабораторных занятий – 10 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде по направлению подготовки – 20 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплине – 20 баллов; - участие в выставке по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 10 / 15 / 20
9.	Ответ на экзамене		30	10-17 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно»; 18-24 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо»; 25-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично».
10.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		60	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
11.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по экзамену 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
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно

Менее 50	Неудовлетворительно

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Контрольная работа

Тема 2. Организационно-правовые формы предприятия СМИ

Организационно - правовые формы предприятий СМИ

1. Функционирование редакции СМИ в форме АО
2. Функционирование редакции СМИ в форме ЗАО
3. Функционирование редакции СМИ в форме АНО

Тема 3. Интеллектуальные права в сфере масс-медиа

Тема контрольной работы:

Законодательные акты, регулирующие использование произведений журналистской деятельности, и их основные положения.

Тема 6. Правовое ограничение распространения информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным госсимволам, Конституции и госорганам

Вопросы для контрольной работы

1. Какие законодательные акты осуществляют правовое регулирование распространения информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам Российской Федерации, Конституции Российской Федерации или органам, осуществляющим государственную власть в Российской Федерации?
2. Какая информация относится к информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам Российской Федерации, Конституции Российской Федерации или органам, осуществляющим государственную власть в Российской Федерации?
3. Какие санкции предусматривают законы, регулирующие распространение информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам Российской Федерации, Конституции Российской Федерации или органам, осуществляющим государственную власть в Российской Федерации?

Практическое задание

Тема 4. Реклама и СМИ

Задача. Выявите в предложенных рекламных кейсах нарушения.

1. Недобросовестную рекламу, содержащую некорректные сравнения с другими товарами; рекламу, порочащую честь, достоинство или деловую репутацию конкурентов.
2. Рекламу запрещенного товара под тождественным товарным знаком (например, телевизионная реклама минеральной воды под наименованием и в таре, аналогичной водочной).
3. Рекламу, являющуюся актом недобросовестной конкуренции по антимонопольному законодательству путем дискредитации (товара) конкурента, т.е. распространения ложных, неточных, искаженных сведений; распространения сведений, вводящих в заблуждение конкурентов/потребителя и т.д. в отношении качества, количества и т.п. товара;

некорректных сравнений, в том числе с использованием слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный», без параметров сравнения, создающих впечатление о превосходстве над товарами конкурента; а также сравнений, которые не могут быть объективно проверены, и сравнений, основанных на незначительных или несопоставимых фактах и содержащих негативную оценку конкурента/его товара.

Тестирование

Тема 1. Законодательные акты, регулирующие деятельность СМИ

1. Массовая информация

а) периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием);

б) предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы.

2. Средство массовой информации

а) периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием);

б) предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы.

3. Периодическое печатное издание

а) совокупность периодических аудио-, аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год;

б) тираж или часть тиража отдельного номера периодического печатного издания, отдельный выпуск телеканала, радиоканала, радиопрограммы, телепрограммы, кинохроникальной программы, тираж или часть тиража аудио- или видеозаписи программы, отдельный выпуск либо обновление сетевого издания, отдельный выпуск иного средства массовой информации;

в) газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже трех раз в год;

г) газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

4. Радио-, теле-, видео-, кинохроникальная программа

а) совокупность периодических аудио-, аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год;

б) тираж или часть тиража отдельного номера периодического печатного издания, отдельный выпуск телеканала, радиоканала, радиопрограммы, телепрограммы, кинохроникальной программы, тираж или часть тиража аудио- или видеозаписи программы, отдельный выпуск либо обновление сетевого издания, отдельный выпуск иного средства массовой информации;

в) газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже трех раз в год;

г) газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

5. Продукция средства массовой информации

а) совокупность периодических аудио-, аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год;

б) тираж или часть тиража отдельного номера периодического печатного издания, отдельный выпуск телеканала, радиоканала, радиопрограммы, телепрограммы, кинохроникальной программы, тираж или часть тиража аудио- или видеозаписи программы, отдельный выпуск либо обновление сетевого издания, отдельный выпуск иного средства массовой информации;

в) газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже трех раз в год;

г) газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

6. Редакция средства массовой информации

а) организация, учреждение, предприятие либо гражданин, объединение граждан, осуществляющие производство и выпуск средства массовой информации;

б) газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

в) издательство, иное учреждение, предприятие (предприниматель), осуществляющее материально-техническое обеспечение производства продукции средства массовой информации, а также приравненное к издателю юридическое лицо или гражданин, для которого эта деятельность не является основной либо не служит главным источником дохода;

7. Главный редактор

а) лицо, возглавляющее редакцию (независимо от наименования должности) и принимающее окончательные решения в отношении производства и выпуска средства массовой информации;

б) лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию;

в) лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации

8. Журналист

а) лицо, возглавляющее редакцию (независимо от наименования должности) и принимающее окончательные решения в отношении производства и выпуска средства массовой информации;

б) лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию;

г) лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации.

9. Сетевое издание

а) сайт в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", зарегистрированный в качестве средства массовой информации в соответствии с настоящим Законом;

б) сайт в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет",

распространяющий массовую информацию.

10. Издатель

а) учреждение, предприятие (предприниматель), осуществляющее материально-техническое обеспечение производства продукции средства массовой информации, а также приравненное к издателю юридическое лицо или гражданин, для которого эта деятельность не является основной либо не служит главным источником дохода;

б) лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию;

в) лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации.

Тема 5. Правовое ограничение распространения недостоверной информации в средствах массовой информации и в информационно-телекоммуникационных сетях.

1. Что такое публичное распространение информации?

а) когда информация адресована группе или неограниченному кругу лиц и распространяется только через официальные средства массовой информации;

б) когда информация распространяется из официальных источников;

с) когда информация адресована группе или неограниченному кругу лиц и выражена в любой доступной для них форме.

2. Какая информация признается «заведомо ложной»?

а) если информация была не проверена редакцией СМИ, ее распространившей;

б) если информация изначально не соответствовала действительности, о чем достоверно было известно лицу, распространившему ее

с) если эта информация была сфальсифицирована на любом этапе, причем лицу, распространившему ее в дальнейшем, могло быть об этом неизвестно.

3. Верно ли, что если гражданин на своей странице в социальных сетях сделал репост недостоверной общественно значимой информации, то это деяние может быть квалифицировано по статье 207.1 или 207.2 УК РФ…

а) в любом случае;

б) если гражданин знал, что эти сведения недостоверные и специально распространил их дальше.

4. Признается ли «публичным распространением» публикация информации на личной странице в социальных сетях?

а) нет, информация на личной странице в социальных сетях является частной;

б) да, публичный характер распространения информации может проявляться в использовании для этого информационно-телекоммуникационных сетей.

5. Является ли публичным распространением заведомо недостоверной информации устное сообщение в компании друзей намеренно сфальсифицированных сведений о количестве умерших от коронавируса?

а) нет, устные новости в компании друзей – это непубличное распространение информации;

б) да, является и может быть квалифицировано по статьям 207.1 и 207.2 УК РФ.

6. Может ли быть квалифицировано по статье 207.1 или 207.2 УК РФ распространение ложной информации с указанием, что это «фейк»?

а) да, публичное распространение любой заведомо недостоверной информации может ли быть квалифицировано по статье 207.1 или 207.2 УК РФ;

б) нет, одним из обязательных условий наступления ответственности по статье 207.1 или 207.2 УК РФ является распространение заведомо ложных сведений под видом достоверных.

7. Нарушил ли закон гражданин, если через репост в информационно-телекоммуникационных сетях распространил ложную общественно значимую информацию, не подозревая, что она недостоверная?

а) нет, распространение недостоверной информации является правонарушением, если будет доказано, что гражданин действовал намеренно, сознавая, что является ложной;

б) да, намеренное или ненамеренное распространение общественно значимой ложной информации может быть квалифицировано как правонарушение.

8. Какие санкции могут быть применены к редакции СМИ за распространение под видом достоверных сведений заведомо недостоверной информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан?

а) наложение административного штрафа на юридическое лицо в размере от одного миллиона пятисот тысяч до трех миллионов рублей;

б) арест главного редактора;

в) закрытие средства массовой информации.

9. Какие санкции предусмотрены за публичное распространение под видом достоверных сведений заведомо ложной общественно значимой информации, повлекшее по неосторожности причинение вреда здоровью человека?

а) штраф в размере от семисот тысяч до одного миллиона пятисот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до восемнадцати месяцев, либо исправительными работами на срок до одного года, либо принудительными работами на срок до трех лет, либо лишением свободы на тот же срок;

б) штраф в размере до 2 миллионов работ и лишение свободы на срок более пяти лет;

в) штраф в размере от 150 до 300 тысяч рублей и исправительные работы на 15 суток.

10. Как разграничивается административная ответственность, предусмотренная частями 10.1 и 10.2 статьи 13.15 КоАП РФ, и уголовная ответственность, предусмотренная статьями 207.1 и 207.2 УК РФ?

а) административная ответственность по частям 10.1 и 10.2 статьи 13.15 КоАП РФ, установлена только для юридических лиц, а граждане и должностные лица могут быть привлечены к уголовной ответственности по статьям 207.1 или 207.2 УК РФ;

б) административная ответственность по частям 10.1 и 10.2 статьи 13.15 КоАП РФ, установлена только для частных лиц, а юридические лица могут быть привлечены к уголовной ответственности по статьям 207.1 или 207.2 УК РФ.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

Типовые вопросы экзамена (ОПК-5, ОПК-7)

1. Законодательные акты, регулирующие деятельность медиаорганизаций: Конституция РФ, Закон РФ о средствах массовой информации, Уголовный кодекс РФ, Гражданский кодекс РФ, Закон РФ «О государственной тайне», Федеральный закон "О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации", ФЗ «О связи».

2. Законодательные акты, регулирующие деятельность медиаорганизаций: Федеральный закон «О рекламе», Федеральный закон "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации".

3. Информационная безопасность. Ограничения с целью противодействия терроризму и экстремизму. Федеральный закон «О противодействии терроризму». Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности». ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и его основные понятия.

4. Защита детей от вредной информации в медиа. Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Основные понятия закона. Возрастная классификация фильмов и программ. Экспертиза медиапродукции на предмет соответствия требованиям закона.

5. Организационно - правовые формы предприятий СМИ. Понятия «СМИ», «массовая информация», «учредитель», «издатель», «редакция», главный редактор», «юридическое лицо», «предприятие». Коммерческие и некоммерческие формы медиапредприятий.

6. Законодательное регулирование распространения в средствах массовой информации, а также в информационно-телекоммуникационных сетях недостоверной информации. Санкции, предусмотренные в РФ за распространение в средствах массовой информации, а также в информационно-телекоммуникационных сетях заведомо недостоверной общественно значимой информации, наносящей серьезный вред обществу, под видом достоверных сообщений.

7. Законодательное регулирование распространения в средствах массовой информации, а также в информационно-телекоммуникационных сетях недостоверной информации. Санкции, предусмотренные в РФ за распространение в средствах массовой информации, а также в информационно-телекоммуникационных сетях заведомо недостоверной общественно значимой информации, наносящей серьезный вред обществу, под видом достоверных сообщений

8. Ограничение распространения в средствах массовой информации, а также в информационно-телекоммуникационных сетях недостоверной информации. Основные понятия законов, ограничивающих распространение общественно важной недостовверной информации.

9. Ограничение распространения информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам Российской Федерации, Конституции Российской Федерации или органам, осуществляющим государственную власть в Российской Федерации.

10. Правовое ограничение распространения ложной информации о действиях российских военных, дискредитацию Вооруженных сил РФ и за призывы к антироссийским санкциям.

Типовые задания для экзамена (ОПК-5, ОПК-7)

не предусмотрено

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ОПК-5	Демонстрирует высокую способность осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс с соблюдением всех правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем в цифровой среде на глобальном, национальном поле журналистики; Демонстрирует высокую способность ставить профессиональные задачи журналистам, соответствующие правовым и этическим нормам журналистики. Ответ построен логично и с использованием профессиональной терминологии.
	ОПК-7	В полной мере способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности; Отлично знает правовые требования к методам сбора, обработки и распространения информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста; Верно оценивает правовую корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста; Ответ построен логично и с использованием профессиональной терминологии.
«хорошо» (70 - 84 баллов)	ОПК-5	Демонстрирует достаточный уровень способностей осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс с соблюдением всех правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем в цифровой среде на глобальном, национальном поле журналистики; норм журналистики; Демонстрирует способность ставить профессиональные задачи журналистам, соответствующие правовым нормам журналистики. Ответ построен логично и с использованием профессиональной терминологии, однако студент затрудняется с ответами на вопросы.

	ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности; Хорошо знает правовые требования к методам сбора, обработки и распространения информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста; Может оценивать правовую корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста;Ответ построен логично и с использованием профессиональной терминологии, однако студент затрудняется с ответами на вопросы.
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ОПК-5	Плохо может осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс с соблюдением всех правовых всех правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем в цифровой среде на глобальном, национальном поле журналистики; Демонстрирует низкую способность ставить профессиональные задачи журналистам, соответствующие правовым нормам журналистики. При ответе демонстрирует фрагментарные знания, не использует профессиональную терминологию.
	ОПК-7	Не в полной мере способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности; Плохо знает правовые требования к методам сбора, обработки и распространения информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста; Не всегда верно оценивает правовую корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста; При ответе демонстрирует фрагментарные знания, не использует профессиональную терминологию.
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ОПК-5	Не может осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс с соблюдением всех правовых и этических норм журналистики; Не может ставить профессиональные задачи журналистам, соответствующие правовым нормам журналистики. Не отвечает на вопросы преподавателя.
	ОПК-7	Не знает принципы социальной ответственности в журналистике; Не знает правовые требования к методам сбора, обработки и распространения информации; Не может ответить на вопросы преподавателя.

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. Ильченко С. Н. Фейковая журналистика. Спецкурс : учебное пособие. - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2019. - 309 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500661

2. Гуськова С. В. Деонтология и медиаэкология в работе журналиста и специалиста в области рекламы и связей с общественностью : учебно-методическое пособие. - Тамбов: Издательский дом "Державинский", 2023. - 1 файл (7,42 Мб). - Текст : электронный // Электронная библиотека Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина [сайт]. - URL: https://elibrary.tsutmb.ru/dl/docs/elib1796.pdf

3. Лазутина Г. В., Денисова И. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов. - испр. и доп; 5-е изд.. - Москва: Юрайт, 2025. - 241 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/560004

4. Дзялошинский И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов. - 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2025. - 445 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/561220

6.2 Дополнительная литература:

1. Ульбашев А. Х. Правовые основы журналистики. Общий курс медиарегулирования : Учебник для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2021. - 189 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/475617

2. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста : Учебник и практикум для вузов. - испр. и доп; 4-е изд.. - Москва: Юрайт, 2021. - 219 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/468727

3. Рихтер, А. Г. Правовые основы журналистики : учебник. - 2020-09-18; Правовые основы журналистики. - Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2002. - 352 c. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/13105.html

4. Щербак Н. В. Право интеллектуальной собственности: общее учение. Авторское право и смежные права : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 309 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/456442

5. Ильина М. В. Международное гуманитарное право и СМИ : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 95 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/466428

6.3 Иные источники:

1. Институт развития прессы - http://www.pdi.ru/
2. База данных российской судебной практики по информационному праву - http://www.media-pravo.info/
3. Научно-практический юридический журнал «Актуальные проблемы российского права» - http://www.nbpublish.com/apmag/view_page_231.html
4. Портал научных исследований СМИ и методик журналистского образования - www.mediascope.ru
5. Правовой сайт КонсультантПлюс - http://www.consultant.ru
6. Российская национальная библиотека - www.nlr.ru
7. Сайт Медиа-Право - http://www.medialaw.ru/
8. Центр Защиты Прав СМИ - http://www.mmdc.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:

7-Zip 9.20

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

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

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007 Microsoft Corporation 25.07.2017 12.0.4518.1014

Операционная система Microsoft Windows 10

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Платформа Nature . – URL: https://www.nature.com/siteindex

2. Springer Journal – база данных журналов коллекции Springer Journal изд-ва Springer Nature (1997-2015 гг.). – URL: https://link.springer.com

3. Scopus: база данных . – URL: https://www.scopus.com

4. Web of Science: политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных . – URL: https://apps.webofknowledge.com

5. Springer Open (ресурсы Springer открытого доступа): база данных. – URL: https://www.springeropen.com

6. Электронная библиотека РФФИ. – URL: https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library

7. Научная электронная библиотека Российской академии естествознания. – URL: https://www.monographies.ru

8. Консультант студента. Гуманитарные науки: электронно-библиотечная система. – URL: https://www.studentlibrary.ru

9. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: https://elibrary.ru

10. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: https://www.prlib.ru

11. Российская национальная библиотека: официальный сайт. – URL: http://nlr.ru

12. Российская государственная библиотека: официальный сайт. – URL: https://www.rsl.ru

13. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: https://www.tsutmb.ru/biblio/elektronnyij-katalog/

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.