

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)**

**Институт филологии и социальных коммуникаций
Кафедра журналистики и издательского дела**

УТВЕРЖДАЮ

**Директор Института филологии
и социальных коммуникаций**

Перетятая О.С.

« 16 » января 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы теории медиакommunikации

По направлению подготовки	42.03.03 Издательское дело
Профиль подготовки	Редактор средств массовой информации
Квалификация выпускника	бакалавр
Форма обучения	очная
Курс	1-й (1-й семестр)

Луганск, 2026

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы теории медиакommunikации» является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, профилю «Редактор средств массовой информации» очной формы обучения.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 № 525 (с изменениями и дополнениями) и Профессиональными стандартами, утвержденными Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 04 августа 2014 года № 535н, от 04 августа 2014 года № 538н.

СОСТАВИТЕЛИ:

кандидат педагогических наук, доцент кафедры журналистики и издательского дела ФГБОУ ВО «ЛГПУ» Гамина Татьяна Сергеевна.

Утверждена на заседании кафедры журналистики и издательского дела
Протокол от «26» декабря 20 26 г. № 5
Заведующий кафедрой
журналистики и издательского дела _____ Е. А. Куянцева

Одобрена на заседании учебно-методической комиссии Института филологии и социальных коммуникаций

Протокол от «14» января 20 26 г. № 6
Председатель учебно-методической комиссии Института филологии и социальных коммуникаций _____ А. В. Сысенко

СОГЛАСОВАНО:

Директор Департамента образования _____ В. В. Савенков
«15» января 202 6 г.

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Основное назначение курса «Основы теории медиакommunikации» для бакалавров очной и заочной форм обучения по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело состоит в овладении студентами методическими знаниями об организации и осуществлении процесса обучения в системе высшего образования.

Дисциплина «Основы теории медиакommunikации» призвана заложить основы знаний теории и практики аргументации в понятийном и функционально-действенном планах, развить коммуникативную компетентность, ознакомить с формами и методами взаимодействия, повысить профессиональную этику и культуру общения.

В процессе изучения курса у студентов формируются представления о понятийном аппарате данной дисциплины, основах теории медиакommunikации, изучаются особенности коммуникационных технологий и их применения в конкретной журналистской практики, которые содействуют успешной профессиональной деятельности; формируются профессиональные компетенции, установленные данной программой.

Цель дисциплины: комплексное освоение студентами основных теоретических представлений о медиакommunikациях как системе производства, распространения, обмена, потребления социально значимой, имеющей стратегические цели информации по массмедийным и интермедийным каналам в индивидуальном, групповом, массовом форматах при помощи разнообразных коммуникативных средств; обучить основам логического, аргументированного и ясного построения устной и письменной воздействующей публичной речи, дать представление об основных областях и разделах теории медиакommunikации в их применении к конкретной журналистской практике, формирование у студентов системного представления о современных теоретических подходах к изучению медиакommunikаций при демонстрации значимости междисциплинарного знания в области медиаисследований. Данный курс ориентирован на формирование сознательного и ответственного отношения к речи как важнейшей части речевой, коммуникативной, профессиональной и общей культуры полноценного гражданина общества и профессионала в сфере журналистики и издательского дела..

Задачи дисциплины:

- углубить знания студентов о природе, многообразии форм и специфике медиакommunikационных процессов в обществе;
- обеспечить студентов знаниями о структуре процессов медиакommunikации, условиях и закономерностях их эффективного протекания;
- сформировать навыки для комплексного исследования и оптимизации процессов медиакommunikации;
- характеристика основных теоретических концепций медиакommunikаций в исторической ретроспективе;

- усовершенствовать способности бакалавров к плодотворному общению в различных типах социальных взаимодействий;
- уяснить взаимосвязь между понятиями «коммуникация», «аудиовизуальная коммуникация», «массмедиа», «средства массовой информации», «электронные медиа» и выстраивание их в четкую терминосистему;
- выработка навыков использования теории медиакommunikаций в качестве концептуальной основы для анализа процессов, происходящих в сфере медиа;
- формировать практические навыки по проведению дискуссии и аргументации своей позиции в полемике, диалоге, дискуссии и публичном выступлении.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Основы теории медиакommunikации» относится к базовой части Блока 1, индекс дисциплины Б1.0.15.

Необходимыми условиями для освоения учебной дисциплины являются: навыки организации самостоятельной работы, самообразования, самосовершенствования, развития профессионального мышления, рефлексивных умений и творческих коммуникативных способностей. Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Введение в специальность», «Теория текста», «Медиаариторика» и служит основой для дальнейшего освоения дисциплин: «Редакторская профессия», «Издательское дело», «Современные виды и типы аргументации». Освоение дисциплины является необходимой основой для прохождения обучающимися практики по получению умений и опыта в профессиональной деятельности.

Подготовка бакалавра по профессиональному образованию в ВУЗах требует, чтобы будущий специалист знал основы теории и практики медиакommunikации. Учебно-методический комплекс по дисциплине «Основы теории медиакommunikации» способствует формированию коммуникативной личности, навыков анализа успешной профессиональной деятельности.

Рабочая программа дисциплины составлена с учетом содержания примерной программы дисциплины и учебного плана по направлению подготовки бакалавров в сфере журналистики и издательского дела..

3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения	Результаты обучения по дисциплине
общефессиональные		
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной	ОПК-3.1. Знает основные этапы развития отечественной и мировой культуры,	Знает: тенденции развития медиакommunikационных систем регион, страны и

и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ключевые достижения в области литературы, искусства, философии, архитектуры и других сфер культурного наследия. ОПК-3.2. Умеет сочетать традиционные культурные формы с современными мультимедийными технологиями при создании электронных и аудиовизуальных издательских продуктов. ОПК-3.3. Владеет навыками культурологического анализа текстов и визуальных материалов для их последующего использования в издательской деятельности.	мира; основы поиска достоверной информации в социальных сетях; знает специфику создания медиатекста, коммуникационных продуктов, исходя из тенденции развития м/коммуникационных систем региона. Умеет: применять на практике полученные знания, апробируя профессиональные навыки в создаваемых медиатекстах и коммуникационных продуктах, учитывая тенденции развития региона, страны, правовых и этических норм регулирования Владеет: навыками определять актуальные темы для публикаций в СМИ в профессиональной деятельности, с учетом механизмов функционирования конкретной м/ком. системы
--	---	--

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	72	
	(2 зач. ед)	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) в том числе:	24	
Лекции	12	
Семинарские занятия	12	
Практические занятия	—	
Лабораторные работы	—	
Контрольные работы (из числа объема часов семинарских занятий)		
Курсовая работа / курсовой проект	—	
Контроль	4	
Другие формы организации учебного процесса	—	
Самостоятельная работа студента (всего)	44	
Форма аттестации	Зачет	

4.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Методологические проблемы теории медиакоммуникаций

Тема 1. Роль медиакоммуникационных революций в обществе.

Понятие информационная революция. Этапы эволюционного развития СМИ. Причины, характер и последствия медиакоммуникационных революций. Первая медиакоммуникационная революция (вторая половина XIX в.). Вторая медиакоммуникационная революция (20–30-е гг. XX в.). Третья медиакоммуникационная революция (50-е гг. XX в.). Четвертая медиакоммуникационная революция (последняя четверть XX в.)

Функции средств массовой информации.

Функции массмедиа (советский и постсоветский период). Информационная функция. Информационные выпуски. Факторы эффективного новостного телевидения. Четыре модели процесса создания новости. Гибридная медиаинформация. Пропагандистская функция. Коммерциализация телевидения. Инфотеймент. Организаторская функция. Культурно-просветительская функция. Образовательные программы. Образовательная функция ТВ.

Тема 2. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций

Коммуникация и медиакоммуникация. Социокультурная динамика как эволюция форм, способов и технологий человеческой коммуникации. Культура устной речи, культура печатного текста, культура экрана. Формирование представлений о роли и значении медиапосредников в коммуникации. Основные подходы к понятию «медиа». Медиа в концепции М. Маклюэна. Медиа и массмедиа. Медиа, средства массовой коммуникации, средства массовой информации: соотношение понятий. «Коммуникация» и «медиакоммуникация».

Медиазация общества: проблемы и последствия.

Понятие медиазации общества, его предпосылки. «Медийный человек» как основная характеристика современной личности. Понятие медиапространства как среды реализации медиакоммуникаций. Подходы к понятию «медиапространство».

Тема 3. Проблемы человека и культуры в современном информационном обществе

Осмысление концепции «третьей волны» в развитии общества. Идеология информационного общества. Понимание информационного общества в концепциях различных философов (Э. Тоффлер, Д. Белл, . Стоуньер, А. Турен, Г. Кан, У. Дайзард). Роль НТР в трансформации среды обитания и деятельности людей. Развития индустрии. Информационные технологии и телекоммуникации в информационном обществе. Роль трансформации коммуникационных процессов в становлении информационного общества. Роль информатизации в развитии общества.. Место традиционных и новых медиа в информационных процессах.

Понимание современной культуры в работах культурологов и философов (Э. Тоффлер, Х. Сколимовски, А. Этциони, К. Ясперс, Ж. Эллюль). Техноцентристский и культуро-центристский подходы к информации и коммуникации. «Демассификация» и «персонализация». Воздействие личностных факторов на процесс развития культуры информационного общества. Работа в «электронных коттеджах». Семья будущего: от демассификации производства и медиа к демассификации семьи. Рост значения «просьюмера». «Линейные города». Образование, гражданские права и свободы личности. «Человек медийный» и его связь с процессом получения, потребления и осмысления медиатизированной информации в медийной среде. Потребление информации как манипуляция знаками и символический обмен. Информационная культура как «блиц-культура».

Раздел 2. Прикладные проблемы теории медиакommunikации

Тема 4. Теории влияния массмедиа в рамках концепции массового общества

Проблема осмысления роли массмедиа в изменении мировосприятия, «дегуманизации» культуры и формировании совершенно новых форм общения в XX – начале XXI вв. Теоретический уровень феномена массовой коммуникации. Человеко-ориентированный и медиа-ориентированный подходы в теории массовой коммуникации. Особенности структурно-резонансной мозаичности восприятия информации в современном мире. Факторы, влияющие на эффективность восприятия информации. Конструирование реальности в массмедиа. Мифологизация и стереотипизация сознания. Формирование мифологического пространства. Значение мифа в формировании восприятия картины мира. Функции СМК. Массмедиа как социальный институт. Концепция массового общества и теории влияния массмедиа. Этапы изучения эффектов медиавоздействия. Понятие и виды эффектов медиавоздействия. Нормативные теории прессы: шесть моделей. Теория формирования общественного мнения (У. Липпман). Теории пропаганды: «хорошая» пропаганда должна осторожно готовить людей к принятию идей и действий / «волшебной пули»: сообщение проникает в мозг и мгновенно вызывает реакцию в мыслях и эмоциях (Г. Лассуэлл). Феномен гейткипинга в медиасфере и модель двухступенчатого потока коммуникации Э. Каца и П. Лазарсфельда. Психологическая модель воздействия телевидения (Г. Комсток). Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Концепция прайминга (А. Бандура и др.). Гипотеза культивации (Дж. Гербнер). Теория диффузии инноваций (Э. Рожерс). Теория использования и удовлетворения (Дж. Клэппер и др.). Теория разрыва в знаниях (П. Тиченор и др.). Модель зависимости от медиаэффектов (С. БоллРокич, М. Де Флер). Теория повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу и др.). Концепция «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман). Концепция «усталости сострадать» (К. Кинник и др.).

Тема 5. Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния

Навыки уверенного поведения. Личное обаяние. Харизма. Управление внутренним состоянием. Управление собственным имиджем. Голос и характер его воздействия. Работа с голосом (тембр, темп, интонация). Вербальные характеристики речи (лексика, построение фраз, стиль). Технология воздействия: опора на эмоциональный настрой, учет контраргументации и критической позиции собеседника, эмоциональное отношение к предмету общения, комплименты. Роль этикета в управлении конфликтами. Техники разрешения конфликтов

Деятельность журналиста в социальных сетях. Проблема личностного позиционирования в социальных сетях.

Личностное позиционирование индивида в информационной среде. Имидж: стихийный и управляемый. Активные пользователи социальных сетей. Общение и самопозиционирование как цели пребывания в сети.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1 курс (1 семестр) /			
Раздел 1. Методологические проблемы теории медиакоммуникаций			
Тема 1.	Роль медиакоммуникационных революций в обществе.	2	
Тема 2.	Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций. Медиатизация общества	2	
Тема 3.	Проблемы человека и культуры в современном информационном обществе	4	
Раздел 2. Прикладные проблемы теории медиакоммуникации			
Тема 4.	Особенности распространения информационного влияния в современном мире и возможности техники воздействия	2	
Тема 5.	Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния. Деятельность журналиста в соцсетях	2	
Итого:		12	

4.4. Семинарские занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1 курс (1 семестр)			
Раздел 1. Методологические проблемы теории медиакоммуникаций			
Тема 1.	Роль медиакоммуникационных революций в обществе.	2	
Тема 2.	Медиатизация общества: проблемы и последствия.	2	
Тема 3.	Проблемы человека и культуры в современном информационном обществе	2	
Раздел 2. Прикладные проблемы теории медиакоммуникации			

Тема 4.	Медиатранзит как основной механизм коммуникационной кампании в медиапространстве	2	
Тема 5.	Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния	2	
Тема 6.	Деятельность журналиста в социальных сетях. Проблема личностного позиционирования в социальных сетях.	2	
Итого:		12	

4.5. Лабораторные работы (не предусмотрены учебным планом).

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1 курс (1 семестр)				
1	Роль медиакоммуникационных революций в обществе	Работа с лекционным и справочной литературой. Подготовка к семинарскому занятию (устный опрос, обсуждение докладов)	5	
2	Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций	Подготовка к семинарскому занятию (устный опрос, обсуждение докладов)	5	
3	Медиатизация общества: проблемы и последствия.	подготовка к практическим занятиям; обсуждение докладов и практических заданий	5	
4	Проблемы человека и культуры в современном информационном обществе	Подготовка и анализ практических заданий, обсуждение. Эссе.	5	
5	Медиатранзит как основной механизм коммуникационной кампании в медиапространстве	Подготовка конспектов к семинару. Терминологический словарь	7	
6	Психологические приемы управления коммуникацией посредством личного влияния	Поиск информации в сети, практические задания, обсуждение	7	
7	Деятельность журналиста в социальных сетях. Проблема личностного позиционирования в социальных сетях	Практические задания. Подготовка к зачету.	10	
Итого:			44	

4.7. Курсовые работы (не предусмотрены учебным планом).

5. Методическое обеспечение, образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих методических средств обучения и образовательных технологий.

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие методы и формы активизации деятельности:

- изучение теоретического материала дисциплины на лекциях с использованием компьютерных технологий;
- самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием *Internet*-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной учебной и научной литературы;
- дискуссия как способ закрепления теоретического материала и формирования четко осознаваемой собственной точки зрения; работа в малых группах (подготовка и анализ докладов);
- доклад-презентация – исследование, интерпретация и демонстрация материала по выбранной проблематике с последующим анализом, дискуссией, оппонированием, и оценкой. Студенты ориентированы на индивидуальное интеллектуальное и творческое развитие. Также выступает как одна из форм групповой работы по единой проблеме и одинаковым вопросам; различным проблемам; общей проблеме, но различным ее аспектам. Направлены на фиксацию, рецензирование, систематизацию, демонстрацию фактического материала и составление суждения с последующим обсуждением в группе.

При анализе данных вопросов и при раскрытии их в выступлении необходимо учитывать его структуру. Обозначить актуальность поставленной проблемы, ее значимость в настоящее время. Раскрыть основное содержание, приводя конкретные примеры. Сделать вывод.

Самостоятельная работа студентов по курсу «Основы теории медиакоммуникации» играет важную роль в профессиональной деятельности специалиста издательского дела. Она предполагает:

1. Работу с разнообразными источниками информации;
2. Подготовка к дискуссиям;
3. Работа индивидуально и в малых группах;
4. Написание докладов по обсуждаемым на лекциях и практических занятиях темам;
5. Сбор различного рода информации;
6. Работа в библиотеках и сайтах Интернета;
7. Подготовка выступлений с использованием компьютерных программ;
8. Создание презентаций;
9. Подготовка конспектов.
10. Обсуждение докладов.

Опережающая СРС как форма углубленного изучения и закрепления знаний, а также развитие практических умений, заключающаяся в работе студентов с лекционным материалом, поиск и анализ литературы и электронных источников информации по заданной проблеме и выбранной теме зачетного реферата, выполнении домашних заданий, изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку, подготовке к итоговому контролю.

- электронная библиотека университета;

- интернет-ресурсы;
- презентации по темам разделов.

Методика исследовательской деятельности используется как основа для организации самостоятельной работы студентов в объеме учебных тем.

Применяются средства мультимедиа: учебные презентации, базы ЭИОР университета, ЭБС «Университетская библиотека online».

6. Формы контроля освоения учебной дисциплины.

Текущая аттестация обучающихся по дисциплине «Основы теории медиакоммуникации» производится в дискретные временные интервалы в следующих формах: опрос, выполнение практических заданий, подготовка презентаций, тестовый контроль, зачет. Критерии оценки учитывают результаты посещаемости лекций, прохождения контрольных точек, тестирования, итоги выполнения практических заданий самостоятельной работы. Это позволяет создать объективную картину освоения студентами дисциплины и учитывается на зачете.

Итоговый контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме зачета, включает в себя ответ на теоретические вопросы, подкрепляемые примерами из практики.

Система оценивания учебных достижений студентов очной формы обучения

Вид текущей учебной работы	Количество баллов
1 курс (1 семестр)	
оформление конспектов лекционных	10
работа на семинарских занятиях	35
контрольное тестирование	
выполнение заданий самостоятельной работы	15
зачет	40
Итого за семестр:	100

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания экзамена
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	83–89	В – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные	

		программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	75–82	С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	63–74	D – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	50–62	E – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	Не зачтено
Неудовлетворительно	21–49	FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	
Неудовлетворительно	0–20	F – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учебное пособие / Г.П. Бакулев – М.: Аспект Пресс, 2010.

2. Беспалова А.Г. История мировой журналистики / А.Г. Беспалова, Е.А. Корнилов, Ю.В. Лучинский, А.И. Станько. – М.-Ростов н/Дон: МаРТ, 2004. – 432 с.

3. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. / Н.Н. Богомолова. – М.: Аспект Пресс, 2010.

4. Вартанова Е.Л. Саморегуляция в информационном обществе // Вестник Моск. гос. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2006. № 3. С. 8–19;

5. Виноградова С.М. Психология массовой коммуникации / С.М. Виноградов. – М.: Юрайт, 2014.

6. Гендерные аспекты коммуникаций на примере образовательных практик // Образовательные технологии и общество. – 2008. Т. 11. – № 2. – С. 388–411.

7. Павлова О.А. Основы медиакommunikаций: учебно-методическое пособие / О.А. Павлова. – Краснодар: КСЭИ, 2015. – 72с.

Дополнительная литература

1. Горошко Е.И. Гендер и блоггика Интернета (психолингвистический анализ) // Вопросы психолингвистики. – 2007. – № 5. – С. 53–61

2. Засурский И. Масс-медиа второй республики. / И. Засурский. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 272 с.,

3. Евдокимов В.А. Массмедиа в социокультурном пространстве: учебное пособие / В.А. Евдокимов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014.

4. Короченский А.П. Гибридизация медиатекстов как тенденция современных СМК // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. Материалы Междунар. науч.-практ. конф. Ростов н/Д: ФГБОУ ВПО РГУПС, 2014. – С. 24–28.

5. Лазар М.Т. Коммуникация в современной науке: социологические и этические аспекты / М.Т. Лазар // Уч.записки. – Наука – № 18. – С.239–244.

6. Москвин В.П. Риторика и теория коммуникации: виды, стили и тактики речевого общения / В.П. Москвин. – М.: ЛИБРОКОМ, 2015. – 218 с.

7. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. / М.М. Назаров. – М: УРСС, 2010.

8. Кравченко Н.П. Социальные сети как средство информационного управления // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. Материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Ростов н/Д: ФГБОУ ВПО РГУПС, 2014. – С. 29–33.

Интернет-ресурсы:

1. Конституция Луганской Народной Республики от 18.05.2014 года № 1-І [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nslnr.su/zakonodatelstvo/konstitutsiya/>

2. Сайт Народного Совета Луганской Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nslnr.su/>
3. Сайт Правительства Луганской Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sovminlr.ru/>
4. Справочная система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
5. Электронная библиотечная система «Консультант студента» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудиторное оснащение: лекционная аудитория, рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером, рабочие места студентов, канцелярское оснащение учебного процесса.

Лекционные занятия: мультимедийная аудитория: компьютер мультимедиа с прикладным программным обеспечением: проектор, колонки, программа для просмотра видео файлов, система видеомонтажа, интерактивная доска, электронные презентации по темам дисциплины.

Семинарские занятия: компьютерный класс, презентационная техника (компьютер, проектор, экран).

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются информационные технологии, охватывающие ресурсы (компьютеры, программное обеспечение и сети), необходимые для управления информацией (создание, хранение, управление, передача и поиск информации): технические средства: компьютерная техника и средства связи (ноутбук, проектор, экран, USB-накопители и т.п.). В процессе лекционных и семинарских занятий используется следующее программное обеспечение: программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет («Google», «Chrome»); программы, демонстрации видео материалов (проигрыватель «Windows Media Player»); программы для демонстрации и создания презентаций («Microsoft PowerPoint»).

Преподавание дисциплины предусматривает доступ обучающихся к информационно-телекоммуникационной сети Интернет, к общедоступным электронно-библиотечным системам, к ЭБС «Университетская библиотека online» (<https://biblioclub.ru/>), к базе ЭИОР университета (<http://lms-ltsu.ru/>).

У обучающихся имеется доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых ежегодно обновляется – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru.>; Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» (<http://www.ict.edu.ru>).

9. Лист дополнений и изменений

[illegible]