



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.О.02.02 Теории массовой коммуникации**

**Направление подготовки:** 42.04.02 Журналистика (с присвоением второй квалификации 38.04.02 Менеджмент)

**Направленность (профиль):** SMM-менеджмент

**Квалификация (степень):** Магистр

**Форма обучения:** очная

**Институт:** филологии и межкультурной коммуникации

**Кафедра:** русской филологии и журналистики

|                  | очная форма | очно-заочная форма | заочная форма |
|------------------|-------------|--------------------|---------------|
| Курс             | 1,2         |                    |               |
| Семестр/триместр | 1,2,3       |                    |               |

|                                    |                               |  |  |
|------------------------------------|-------------------------------|--|--|
| Лекции                             | 22                            |  |  |
| Лабораторные занятия               |                               |  |  |
| Практические (семинарские) занятия | 26                            |  |  |
| в т. ч. практическая подготовка    |                               |  |  |
| Форма(ы) промежуточной аттестации  | Экзамен 0,9<br>1,2,3 семестры |  |  |
| Контроль                           | 27                            |  |  |
| Иные формы работы                  |                               |  |  |
| Самостоятельная работа             | 212,1                         |  |  |

**Всего часов:** 288

**Трудоемкость:** 8 зачетных единиц.

Разработчик(и) рабочей программы: Попова Г.Н.

# I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

## Цель изучения дисциплины:

формирование системы знаний, умений и навыков, связанных с теорией коммуникации как структурой, процессом и видом деятельности с учетом системы факторов, действующих в реальном социальном пространстве и влияющих на характер коммуникации.

## Задачи изучения дисциплины:

- систематизированное изложение основ теории коммуникации в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социопсихологические, семиотические, лингвистические аспекты;
- освоение студентами базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации;
- знакомство с основными уровнями социальной коммуникации, спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни;
- акцентирование прагматических аспектов вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации;
- выработка у обучающихся умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально-ориентированной и бытовой коммуникации.

## Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина Б1.О.02.02 Теория массовой коммуникации реализуется в рамках базовой (обязательной) части блока Б1. Дисциплины (модули)

## Планируемые результаты обучения по дисциплине:

| Код и наименование профессиональной компетенции  | Индикаторы достижения компетенции   |   |
|--|---|---|
| <b>ОПК-2 (К1)</b><br>Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | <b>Знать:</b><br>- систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.   | <b>Знает:</b><br>- систему общественных и государственных институтов, механизмы и принципы их функционирования и тенденции развития.  |
|  | <b>Уметь:</b><br>- соблюдать принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов. | <b>Умеет:</b><br>- соблюдать принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов. |
|  | <b>Владеть:</b><br>- навыком аналитического отражения актуальных проблем современности;   | <b>Владеет:</b><br>- навыком аналитического отражения актуальных проблем  |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью соблюдать принцип объективности, баланс интересов в создаваемых журналистских текстах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов;</li> <li>- разными форматами создания медиапродукта по освещению деятельности общественных и государственных институтов.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>современности;</li> <li>- способностью соблюдать принцип объективности, баланс интересов в создаваемых журналистских текстах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов;</li> <li>- разными форматами создания медиапродукта по освещению деятельности общественных и государственных институтов.</li> </ul> |
| <p><b>ОПК-3 (К1)</b><br/>Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>            | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса;</li> <li>- специфику развития культуры на современном этапе.</li> </ul>   | <p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса;</li> <li>- специфику развития культуры на современном этапе.</li> </ul>   |
|   | <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) медиапродуктах;</li> <li>- руководствоваться в сфере своей профессиональной деятельности принципами толерантности, воспринимая социальные, этические, конфессиональные и культурные различия.</li> </ul>         | <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) медиапродуктах;</li> <li>- руководствоваться в сфере своей профессиональной деятельности принципами толерантности, воспринимая социальные, этические, конфессиональные и культурные различия.</li> </ul>                                 |
|   | <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыком создания современного журналистского текста для разных медийных платформ с использованием знаний мировой и отечественной культуры.</li> </ul>  | <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыком создания современного журналистского текста для разных медийных платформ с использованием знаний мировой и отечественной культуры.</li> </ul>  |
| <p><b>ОПК-5 (К1)</b><br/>Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических</p> | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</li> </ul>   | <p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</li> </ul>   |
|   | <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять профессиональную</li> </ul>   | <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять</li> </ul>  |

|   |   |  |
|---|---|--|
| механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования   | <p>деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ;</p> <p>- учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и медиапродукта.</p> | <p>профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ;</p> <p>- учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и медиапродукта.</p> |
|   | <p><b>Владеть:</b></p> <p>- способами моделирования индивидуальных и коллективных профессиональных журналистских действий в зависимости от условий конкретной медиакommunikационной системы.</p>  | <p><b>Владеет:</b></p> <p>- способами моделирования индивидуальных и коллективных профессиональных журналистских действий в зависимости от условий конкретной медиакommunikационной системы</p>  |
| <p><b>ОПК-7 (К1)</b></p> <p>Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p> | <p><b>Знать:</b></p> <p>- закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности.</p>  | <p><b>Знает:</b></p> <p>- закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности.</p>   |
|   | <p><b>Уметь:</b></p> <p>- следовать принципам деонтологии в профессиональной практике, эффективно применять этические и правовые нормы.</p>   | <p><b>Умеет:</b></p> <p>- следовать принципам деонтологии в профессиональной практике, эффективно применять этические и правовые нормы.</p>  |
|   | <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыком поиска корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста.</p>   | <p><b>Владеет:</b></p> <p>- навыком поиска корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста.</p>  |
| <p><b>ОПК-2 (К2)</b></p> <p>Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и</p>                    | <p><b>Знать:</b></p> <p>современные инструментальные методы экономического анализа для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами хозяйствующих</p>  | <p><b>Знает:</b></p> <p>– современные инструментальные методы экономического анализа для проведения прикладных исследований и управления</p>   |

|                                      |   |   |
|--------------------------------------|---|---|
| (или) фундаментальных исследованиях. | <p>субъектов;<br/> способы обработки полученной информации при помощи продвинутых инструментальных методов экономического анализа в прикладных и (или) фундаментальных исследованиях.</p>   | <p>бизнес-процессами хозяйствующих субъектов;<br/> – способы обработки полученной информации при помощи продвинутых инструментальных методов экономического анализа в прикладных и (или) фундаментальных исследованиях.</p>   |
|                                      | <p><b>Уметь:</b><br/> применять продвинутое инструментальные методы экономического анализа в прикладных и (или) фундаментальных исследованиях при решении управленческих, аналитических и исследовательских задач для управления бизнес-процессами хозяйствующих субъектов;<br/> использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы.</p> | <p><b>Умеет:</b><br/> – применять продвинутое инструментальные методы экономического анализа в прикладных и (или) фундаментальных исследованиях при решении управленческих, аналитических и исследовательских задач для управления бизнес-процессами хозяйствующих субъектов;<br/> – использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы.</p> |
|                                      | <p><b>Владеть:</b><br/> навыками применения продвинутых инструментальных методов экономического анализа для координации бизнес-процессов и решения управленческих и стратегических задач;<br/> приемами использования интеллектуальных информационно-аналитических систем для анализа сложных социально-экономических показателей.</p>                  | <p><b>Владеет:</b><br/> – навыками применения продвинутых инструментальных методов экономического анализа для координации бизнес-процессов и решения управленческих и стратегических задач;<br/> – приемами использования интеллектуальных информационно-аналитических систем для анализа сложных социально-экономических показателей.</p>                  |

## II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

### Очная форма обучения

| № п/п | Наименование разделов и тем                                      | Всего | Аудиторные занятия |    |    | Сам. раб. |
|-------|--|-------|--------------------|----|----|-----------|
|       |  |       | ЛК                 | ПЗ | ЛБ |           |
| 1.    | <b>Раздел 1.<br/>Методологические основы теории коммуникации</b> | 31    | 4                  | 5  |    | 22        |
|       | Тема 1. Становление  | 11    | 1                  | 2  |    | 8         |

|           |  |              |          |           |  |              |
|-----------|--|--------------|----------|-----------|--|--------------|
|           | теории речевой коммуникации  |              |          |           |  |              |
|           | Тема 2. Модели коммуникации.   | 11           | 1        | 2         |  | 8            |
|           | Тема3. Коммуникативный процесс                                       | 9            | 2        | 1         |  | 6            |
| <b>2.</b> | <b>Раздел 2. Виды и формы коммуникации</b>                           | <b>31,7</b>  | <b>4</b> | <b>5</b>  |  | <b>22,7</b>  |
|           | Тема 1.Виды коммуникации   | 9            | 1        | 2         |  | 6            |
|           | Тема 2.Формы вербальной коммуникации                                 | 10           | 1        | 1         |  | 8            |
|           | Тема 3.Невербальная коммуникация                                     | 6,7          | 1        | 1         |  | 4,7          |
|           | Тема 4.Составляющие успешной устнойречевой коммуникации              | 6            | 1        | 1         |  | 4            |
| ...       | <i>Форма отчетности (экзамен)</i>                                    | 9,3          |          |           |  |              |
|           | <i>Итого за 1 семестр</i>  | <i>72</i>    | <i>8</i> | <i>10</i> |  | <i>44,7</i>  |
| <b>3.</b> | <b>Раздел 1. Уровни коммуникации</b>                                 | <b>30,7</b>  | <b>4</b> | <b>4</b>  |  | <b>22,7</b>  |
|           | Тема 1. Межличностные коммуникации                                   | 14           | 2        | 2         |  | 10           |
|           | Тема 2. Коммуникации в малых группах                                 | 16,7         | 2        | 2         |  | 12,7         |
| <b>4.</b> | <b>Раздел 2. Массовая коммуникация</b>                               | <b>32</b>    | <b>4</b> | <b>6</b>  |  | <b>22</b>    |
|           | Тема1. Понятие массовой коммуникации                                 | 14           | 2        | 2         |  | 10           |
|           | Тема 2. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации | 18           | 2        | 4         |  | 12           |
| ...       | <i>Форма отчетности (экзамен)</i>                                    | 9,3          |          |           |  |              |
|           | <i>Итого за 2 семестр</i>  | <i>72</i>    | <i>8</i> | <i>10</i> |  | <i>44,7</i>  |
|           | в т.ч. практическая подготовка                                       |              |          |           |  |              |
|           | <b>Раздел 4. Массовая коммуникация. Понятие эффективности</b>        | <b>134,7</b> | <b>6</b> | <b>6</b>  |  | <b>122,7</b> |
|           | Тема1. Понятие эффективности и эффектов коммуникации                 | 66           | 4        | 2         |  | 60           |
|           | Тема 2 Массовая  | 68,7         | 2        | 4         |  | 62,7         |

|  |                                   |     |    |    |  |       |
|--|-----------------------------------|-----|----|----|--|-------|
|  | коммуникация как бизнес           |     |    |    |  |       |
|  | <i>Форма отчетности (экзамен)</i> | 9,3 |    |    |  |       |
|  | <i>Итого за 3 семестр</i>         | 144 | 6  | 6  |  | 122,7 |
|  |                                   |     |    |    |  |       |
|  | <b>ИТОГО:</b>                     | 288 | 22 | 26 |  | 212,1 |

**Очно-заочная форма обучения** (не реализуется)

**Заочная форма обучения** (не реализуется)

### **III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы, теста, реферата, творческого задания, кейса и др.

#### **Типовой вариант контрольной работы**

##### ***Вариант 1.***

1. Особенности коммуникации в человеческом организме.
2. Оперативная информация как условие выживания человеческого организма.
3. Возникновение языка как революция в сфере коммуникации.
4. Материализация речи.
5. Язык как символическая система.

##### ***Вариант 2.***

1. Функции коммуникации в исторической ретроспективе.
2. Коммуникация и управление.
3. Функции СМК в обществе.
4. Функции и роли коммуникации в процессе трансляции культуры.
5. Формы общественного сознания.

#### **Примерная тематика рефератов**

1. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.
2. Коммуникации в государственных, коммерческих, общественных структурах, в экономической, социальной, политической и других сферах общественной жизни.
3. Специфика коммуникации в изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театре, литературе.
4. Коммуникативные системы кино и телевидения.
5. Мифологическая и художественная коммуникации.
6. Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений.
7. Моделирование массовой коммуникации, особенности структурных

элементов массовой коммуникации.

8. Теории массовой коммуникации в отечественных и зарубежных исследованиях.

9. Простейшие, циркулярные, гомогенные, двухступенчатые, многоступенчатые коммуникации.

10. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства: филологические, социологические, психологические, семиотические, математические и др.

11. Производство информации, мультипликация, кодирование, распространение, прием, декодирование, использование информации.

12. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория.

13. Аргументация в коммуникативном процессе.

14. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме экзамена с использованием следующих оценочных материалов: перечень вопросов к экзамену.

### **Вопросы к экзамену**

#### **(\_1\_ семестр, очная форма обучения)**

1. Предмет теории коммуникации. Понятия «общение», «коммуникация».

2. Возникновение коммуникаций в обществе.

3. Возникновение языка как революция в сфере коммуникации.

4. Социальные потребности и возникновение новых каналов коммуникации.

5. Типологизация общества по движению информационных потоков.

6. Характеристика информационного общества.

7. Функции и роли коммуникации.

8. Виды коммуникации.

9. Особенности рекламной коммуникации и связей с общественностью.

10. Основные звенья коммуникации: коммуникатор, средство коммуникации, сообщение, получатель сообщения.

11. Понятие социального и коммуникативного контекста.

12. Характеристики коммуникатора как факторы эффективности СМК.

13. Новые модификации коммуникатора в Интернет-сети. Роль блоггеров в современной коммуникационной среде.

14. Невербальная коммуникация как древний способ общения.

15. Высказывание и дискурс как единицы вербальной коммуникации.

16. Технические средства коммуникации: пресса, радио, телевидение. Интернет.

17. Модели коммуникации.

18. Особенности передачи информации в массовой коммуникации: сосуществование разных каналов как реализация возможностей индивида для выбора.

19. Специфика коммуникации в различных видах искусства.

20. Понятие о семиотике. Семиотические особенности различных

коммуникативных систем.

**Вопросы к экзамену  
(2 семестр, очная форма обучения)**

1. Изображение и слово. Слово, произнесенное и услышанное. Теория информации К. Шеннона.
2. Содержание коммуникации как лингвистическая реальность.
3. Понятие жанра сообщения как исторического синтеза формы и содержания. Дизайн как синтез формы и содержания. Понятие формата.
4. Информационные составляющие сообщения: оперативная, фундаментальная и структурная информация.
5. Понятие качественной прессы. Влияние на сообщение средства его трансляции.
6. Содержание коммуникации как социальная реальность.
7. Содержание коммуникации как культурологическая реальность.
8. Факторы интереса личности к информации. Коммуникация как арена социализации личности.
9. Социально-психологические механизмы потребления информации. Индивидуальное и социальное в общении.
10. Понятие лидера коммуникации (мнения).
11. Интересы аудитории как основа массовой прессы.
12. Процесс осуществления функций коммуникации: докоммуникативная, коммуникативная и посткоммуникативная стадии.
13. Параметры существования сообщения в коммуникативном пространстве: место, время, последовательность, периодичность.
14. Стадии процесса получения информации: восприятия/внимание, интерес, мотив, оценка, интериоризация, осознание, запоминание/память.
15. Проблемы эффективности массовой коммуникации.
16. Место коммуникации в механизме формирования индивидуального мнения/поведения.

**Вопросы к экзамену  
(3 семестр, очная форма обучения)**

17. Понятие эффективности и эффектов коммуникации.
18. Коммуникация в кризисных и конфликтных ситуациях.
19. Производство и потребление информации.
20. Массовая коммуникация как бизнес.
21. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию.
22. Обратная связь как сущностная характеристика коммуникации.
23. Международные информационные потоки и проблема глобализации.
24. Роль бренда в экономическом, политическом, социальном продвижении региона, страны.
25. Основные виды взаимосвязи между участниками коммуникации.

## IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Основная литература

1. Основы теории коммуникации: учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536873> (дата обращения: 26.08.2025).
2. *Гавра, Д. П.* Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536707> (дата обращения: 26.08.2025).

### 4.2. Дополнительная литература

1. *Коноваленко, М. Ю.* Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535648> (дата обращения: 20.08.2025).
2. *Виноградова, С. М.* Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 428 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19592-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556714> (дата обращения: 16.08.2025).
3. Теория межкультурной коммуникации : учебник и практикум для вузов / Ю. В. Таратухина [и др.] ; под редакцией Ю. В. Таратухиной, С. Н. Безус. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 254 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17178-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536693> (дата обращения: 16.08.2025)

## V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| № пп | Ссылка на информационный ресурс                         | Наименование разработки в электронной форме   | Доступность      |
|------|---|---|------------------|
| 1.   | <a href="https://infourok.ru/">https://infourok.ru/</a> | <b>Инфоурок:</b> образовательный интернет-проект России. Включает: конспекты уроков, презентации, тесты, видеоуроки и другие материалы по предметам школьной программы.   | Свободный доступ |
| 2.   | <a href="http://edu.ru/">http://edu.ru/</a>             | <b>Российское образование: Федеральный портал.</b> Включает ссылки на порталы и сайты образовательных учреждений; государственные образовательные стандарты; нормативные документы; каталог экскурсий и обучающих программ. | Свободный доступ |

|    |   |   |                  |
|----|---|---|------------------|
| 3. | <a href="https://www.mlg.ru/">https://www.mlg.ru/</a> | Мониторинг СМИ и соцсетей.<br>Инструмент оценки эффективности коммуникаций.<br>Портал | Свободный доступ |
|----|---|---|------------------|

## **VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ**

|    |   |  |  |
|----|---|--|--|
| 1. | <a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a> | Электронно-библиотечная система (ЭБС)<br>Университетская библиотека онлайн           | Регистрация через любой университетский компьютер.<br>В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет |
| 2. | <a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a>                | Информационно-правовой портал  | Свободный доступ   |
| 3. | <a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>            | Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования | Свободный доступ   |
| 4. | <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a>        | Российская компьютерная справочно-правовая система                                   | Свободный доступ   |

## **VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

## **VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.