

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Институт философии
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Директор института философии
П. П. Скляр
(подпись)
« » 2025 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ТЕОРИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ»

по направлению подготовки 42.03.02. – Журналистика
профиль «Универсальная журналистика»

Луганск – 2025

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Теория массовой коммуникации» по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика – 14 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Теория массовой коммуникации» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 524; учебного плана по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

СОСТАВИТЕЛИ: профессор кафедры журналистики, доктор философских наук, доцент Даренский В.Ю.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики «__» _____ 20__ г., протокол № __

Заведующий кафедрой журналистики



Ю.П. Фесенко

Переутверждена: «30» 01 20__ г., протокол № __

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института философии «20» 02 2025 г., протокол № 6

Председатель учебно-методической комиссии института философии



С. А. Пидченко

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Целью изучения дисциплины «Теория массовой коммуникации» является ознакомление студентов с теоретическими основами массового общения и массово информационной деятельности, содействие их становлению как профессиональных коммуникаторов, получение студентами практических навыков для проведения исследований массовой коммуникации, массово информационных процессов с помощью определенных методов, изучение истории и моделей массовой коммуникации.

Задачи:

- изучение массовой коммуникации в системе социальных коммуникаций, а также основ, структуры массово коммуникационной и массово информационной деятельности;
- всесторонний анализ теорий массовой коммуникации и информации;
- формирование системы знаний о коммуникационных технологиях;
- исследования эффектов в массовой коммуникации;
- рассмотрение феномена информационных войн;
- анализ свойств, функций, видов массовой информации;
- изучение процесса сбора, производства и распространения массовой информации, с точки зрения критериев оценки качества массово информационной продукта;

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в модуль профессиональных дисциплин учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 43.03.02 Журналистика. Основывается на знаниях, полученных ранее в процессе изучения дисциплины бакалавриата «Основы журналистики», «Современные медиасистемы».

Является основой для изучения дисциплин: «Журналистика печатных СМИ», «Социология медиакommunikаций», «Радиожурналистика», «Тележурналистика», «Интернет журналистика» .

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Студенты, завершившие изучение дисциплины «Теория массовой коммуникации», должны:

знать:

- механизмы и причины массификации личности;
- сущность, виды, методы и технологии влияния на массы, приемы манипулирования массовым сознанием и способы их использования в СМИ;
- сущность и типологию эффектов в массовой коммуникации, а также ориентироваться в периодизации истории массовой коммуникации;

уметь:

- правильно осуществлять сравнительный анализ теорий (моделей)

массовой коммуникации, теорий информации, определять субъектов процесса массового общения, типа коммуникантов, их цели, задачи, функции, а также самостоятельно находить источники и литературу, правильно использовать полученные знания на практике, обобщать материалы, грамотно формулировать и излагать свои мысли и выводы устно и письменно.

владеть:

навыками анализа коммуникационных технологий, используемых в разных видах СМИ, последующей классификации источников информации и корректного исследования их результатов, а также опытом работы в качестве исследователей, рецензентов, докладчиков.

Перечисленные результаты образования являются основой для формирования следующих компетенций:

общепрофессиональных:

ОПК-5 – Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	144 (4 зач. ед)		144 (4 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего) в том числе:	64		16
Лекции	32		8
Семинарские занятия	-		-
Практические занятия	32		8
Лабораторные работы	-		-
Курсовая работа (курсовой проект)	-		-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)			
Самостоятельная работа студента (всего)	80		128
Форма аттестации	зачет		зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Основы теории массовой коммуникации

Тема 1. Массовая коммуникация как предмет изучения в XXI веке

Предмет курса «Теория массовой коммуникации». Цели и задачи курса. Структура курса. Теоретическая и эмпирическая база. Система понятий и терминов. Методологические аспекты курса. Активная аудитория, просьюмеры как условие реализации программы курса.

Основные значения понятия «коммуникация». Массовая коммуникация и массмедиа. Печать, радиовещание, телевидение: коммуникационные характеристики и особенности.

Усиление роли технических средств в социальной коммуникации. Виртуальность как характеристика современных каналов коммуникации.

Социально-экономические предпосылки возникновения интернет-коммуникации. Технологические предпосылки развития коммуникационных глобальных сетей. Новейшие коммуникативные технологии и формы коммуникативных практик.

Тема 2. Средства массовой информации в современном обществе Медиа в системе социальных институтов. Медиа как двоянный рынок информации и услуг. Журналистика как базовая сфера профессиональной медиатеательности. Социально-мировоззренческая позиция журналиста. Тенденции развития медиа. Медиатизация. Демассификация. Новые и сверхновые медиа. Медиа и мобильное общество. Массово-информационная деятельность как предмет изучения. Медиа и культура. Общественные медиа как альтернатива.

Современные медиасистемы

Тема 3. Массмедиа как система СМИ как система: социальная, культурная, экономическая, технологическая сферы. Элементы и взаимосвязи. Развитие публичных коммуникаций и предпосылки возникновения протопублицистики. Устная и письменная протопублицистика древнего мира. Становление публицистики как инструмента общественного влияния. Информационные потоки и информационный порядок. Экономика и структура медиасистемы.

Тема 4. Технологические модели массмедиа: печатные СМИ, РВ, ТВ. Системные характеристики СМК. Типология современных печатных медиа. Актуальные модели медийной коммуникации в печатных СМИ. Взаимодействие субъектов и объектов. Общероссийская, региональная, местная пресса. Журналы: типология и «ниши». Специализированные, профилированные, сервисные, рекреационные издания. Деловая пресса. Корпоративная журналистика. Качественная и «желтая». «Глянцевая журналистика». Рекламные издания. Информационные агентства как СМИ особого типа. Типология информагентств: национальные, специализированные, региональные, сетевые. Глобальные агентства. Потребители агентской информации: профессионалы и массовая аудитория. Специфика информационных продуктов.

Тема 5. Визуальная журналистика. Фотожурналистика в системе СМК. Документальная и художественная фотография в печатных медиа. Фотожанры. Секвенция. Рекламная фотожурналистика. Новейшие технические тенденции. Инфографическая журналистика. Специфика развития (XVIII-XXI вв.) Описательная инфографика. Статическая и динамическая модели инфографики. Новые тенденции стереотипизации образа.

Тема 6. Радиовещание в системе СМИ. Особенности радио как средства массовой информации. Модель радиокommunikации. Функции РВ. Выразительные формообразующие и стилиобразующие средства радиожурналистики. Формы вещания. Типология, структура радиoproграмм и принципы верстки. Жанры радиожурналистики. Радиоаудитория: особенности контакта, формы и методы изучения. Рейтинг передачи. Организационная структура радиостанции. Российские радиохолдинги в XXI веке.

Тема 7. Телевидение в системе масс медиа.

Актуальные функции ТВ. Приоритет рекреационной функции. Журналистские профессии на ТВ. Жанры ТВ. Составные формы. Телеаудитория и методы ее изучения. Телерейтинги как инструмент конструирования реальности. Тенденции развития ТВ. Кабельное ТВ. Спутниковое ТВ. Интернет-ТВ. Мобильное ТВ. Интерактивное ТВ. Телеландшафт современной России.

Деловые и корпоративные медиа

Тема 8. Деловые медиа. Типология медиакommunikации по контенту/аудитории/каналу.

Деловые медиа в структуре медиасистемы. Деловые медиа как институциональное образование и сегмент медиарынка. История становления и развития зарубежных и отечественных деловых медиа. Характеристики, особенности, тенденции развития

деловых медиа. Функции деловых медиа. Участие бизнеса в развитии деловых медиа и журналистики.

Понятие деловой медиакommunikации. Модели деловой медиакommunikации. Типология деловой медиакommunikации. Уровни деловой медиакommunikации. Внутренняя коммуникация делового медиа и взаимодействие базисных, технологических, креативных, технических субъектов. Типология внутренней коммуникации делового медиа. Внешняя коммуникация делового медиа: цели, задачи, особенности. Типология внешней коммуникации делового медиа. Деловые медиа и издательская деятельность.

Тема 9. Деловая журналистика. Понятие делового издания. Типология деловых изданий. Национальные, региональные, отраслевые, локальные деловые издания. Понятие деловой журналистики. Цели, задачи, функции деловой журналистики. Особенности работы журналиста делового медиа. Деловая информация. Источники деловой информации. Деловая журналистика в печатных медиа, РВ, ТВ, интернете, мобильном доступе. Жанры деловой журналистики. Рейтинги как жанр деловых медиа? Композиционные и языковые особенности текстов деловой журналистики. Тенденции развития деловых медиа и бизнес-журналистики.

Тема 10. Корпоративные СМИ. Понятие корпорации. Цели, задачи, функции корпорации в XXI веке. Корпорация и социум. Типология корпоративной коммуникации. Понятие корпоративного медиа. Особенности функционирования корпоративного медиа. Типология корпоративных медиа. Издания корпоративной журналистики для внутренней, внешней, смешанной аудитории. Печатные, аудио, видео, интернет-СМК корпорации. Издательские стратегии корпоративных медиа. Реализация корпоративных медиапроектов. Формирование корпоративных СМК: внутренние ресурсы и аутсорсинг. Корпоративные медиа и формирование репутационного капитала корпорации.

Понятие корпоративной журналистики. Цели, задачи, функции корпоративной журналистики. Свобода слова в корпоративном медиа. Функции корпоративной журналистики. Организационные функции корпоративной журналистики. Проведение специальных акций внутри организации и во внешнем контуре. Корпоративные медиа и журналистика в формировании лояльности внутренних, смешанных, внешних аудиторий. Бренд-менеджмент как задача корпоративных медиа. Корпоративные медиа и корпоративная журналистика как специфическая институциональная сфера медиакommunikации.

Тема 11. Проектирование корпоративного издания. Стратегия и концепция корпоративного издания. Тип, структура издания. Макрожанр, жанры корпоративного СМК. Особенности структуры, дизайна корпоративных медиа. Организация работы редакции. Принципы взаимодействия и формы участия в работе редакции специалистов по связям с общественностью корпорации. Сопровождение работы редакции службами по связям с общественностью. Формирование стратегии взаимодействия редакции и персонала компании. Регламенты работы корпоративных медиа, журналистов и персонала.

Тема 12. Интернет-СМИ Коммуникационные характеристики Интернета. Направления теоретическое концептуализации онлайн-журналистики: оффлайн-теории (критической массы, обретения пользы и удовлетворения, социального присутствия, информационной насыщенности, социальных сетей и социального влияния). Интернет как канал, среда, средство коммуникации. Интернет-радиовещание. Формы и специфика персонального вещания и коллективного взаимодействия. Интернет-телевидение. Развитие интерактивных форматов. Перспективы индивидуальной верстки программ. Саморегулирование в интернете: формы реализации. Маркировка медиаконтента. Деонтология интернет-журналистики. Пользовательский контроль. Новые форматы доступа: мобильные гибкие платформы.

Тема 13. Медиакommunikация рекламы, связей с общественностью Реклама в коммуникационном медиапроцессе. Цели, задачи, функции. Рекламный

коммуникационный процесс в медиа. Модель рекламной медиакommunikации. Типология моделей рекламной медиакommunikации. Рекламные медианосители: модификация возможностей. Сочетание рекламных медианосителей. Формы присутствия рекламы в СМК. Прямая и скрытая реклама. Виды рекламы. Политическая, социальная, имиджевая реклама в СМК.

Связи с общественностью (СО) в структуре социальной коммуникации. Медиакommunikация в структуре деятельности института общественных связей. Коммуникационный медиапроцесс СО. Внутренняя и внешняя медиакommunikация связей с общественностью. Типология и специфика внутренней медиакommunikации. Виды и форматы внутренней медиакommunikации. Внешняя медиакommunikация СО. Каналы, типы, виды.

Проектирование в сфере взаимодействия с медиа. Понятие медиарилейшнз. Основные носители медиарекламы. Медиаисследования. Основные понятия медиапланирования. Разработка медиастратегии. Процедуры медиапланирования. Основные этапы планирования. Аудитория, территория, распределение по времени, охват и частота воздействия. Стоимостные характеристики медиаплана.

Тема 14. Аудитория: теоретические и исследовательские парадигмы. Концепция понятия «аудитория». Генезис и определения аудитории. Категории концептуализации. Массовая аудитория. Базовые характеристики исследования аудитории. Аудитория как группа. Аудитория как массовый рынок. Критические теории массовой аудитории. Цели и инструменты измерения аудитории. Типы аудитории. Ранжирование аудитории по типу медиа, каналу, контенту. Публичная и приватная сфера потребления медиа. Требования аудитории к контенту. Понятие медиафантома. Четыре стадийные модели разрушения аудитории (унитарная, плюралистическая, центрально-периферическая, фрагментационная). Тенденции развития форматов взаимодействия.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Массовая информация как предмет изучения в XXI веке	2		2
2	Средства массовой информации в современном обществе	2		2
3	Массмедиа как система	2		1
4	Технологические модели массмедиа: печатные СМИ, РВ, ТВ	4		1
5	Визуальная журналистика.	2		1
6	Радиовещание в системе СМИ.	2		
7	Телевидение в системе масс медиа.	2		
8	Деловые медиа.	2		
9	Деловая журналистика.	2		
10	Корпоративные СМИ.	2		
11	Проектирование корпоративного издания.	2		
12	Интернет-СМИ	2		
13	Медиакommunikация рекламы, связей с общественностью	4		1
14	Аудитория: теоретические и исследовательские парадигмы	2		
Итого:		32		8

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Организация работы СМИ	4		2
2	Технические средства массовой информации	4		2
3	Технологии подготовки и создания журналистского произведения	4		1
4	Жанры периодики	6		1
5	Типология материалов на страницах современных изданий	4		1
6	Особенности написания информационных материалов	4		1
7	Особенности литературного редактирования	4		
8	Визуальная информация на страницах современной прессы.	4		
9	Журналистика и связи с общественностью	6		
Итого:		32		8

4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов		
			Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Организация работы СМИ	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	10		16
2	Технические средства массовой информации	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	10		16
3	Технологии подготовки и создания журналистского произведения	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	10		16
4	Жанры периодики	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	5		16
5	Типология материалов на страницах современных изданий	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	10		16
6	Особенности	Выполнение	10		16

	написания информационных материалов	домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.			
7	Особенности литературного редактирования	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	10		16
8	Визуальная информация на страницах современной прессы.	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	10		8
9	Журналистика и связи с общественностью	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой	5		8
Итого:			80		128

4.6. Курсовые работы/проекты

Не предусмотрены учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: объяснительно-иллюстративного обучения (технология поддерживающего обучения, технология проведения учебной дискуссии), информационных технологий (презентационные материалы), развивающих и инновационных образовательных технологий.

Практические занятия проводятся с использованием развивающих, проблемных, проектных, информационных (использование электронных образовательных ресурсов) образовательных технологий.

6. Формы контроля освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущими практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- контрольные вопросы для подготовки к практическим занятиям по разделам дисциплины;
- рефераты;
- контрольные работы.

Фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить результаты текущей и промежуточной аттестации обучающихся по данной дисциплине, помещаются в приложении к рабочей программе в соответствии с «Положением о фонде оценочных средств».

Итоговый контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме зачета.

В экзаменационную ведомость и зачетную книжку выставляются результаты по шкале оценивания, приведенной в таблице.

Национальная шкала	Характеристика знания предмета и ответов
зачтено	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
не зачтено	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Якимова, О. А. Массовая коммуникация: теория и практика : учебное пособие / О. А. Якимова. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА : Изд-во Урал. ун-та, 2022. - 112 с. - ISBN 978-5-9765-5034-6 (ФЛИНТА) ; ISBN 978-5-7996-3096-6 (Изд-во Урал. ун-та). - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1891385>

2. Сотникова, О. П. Интернет-издание от А до Я: Руководство для веб-редактора: учебное пособие для студентов вузов / О. П. Сотникова. – Москва: Аспект Пресс, 2014. – 160 с. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707236.html>.

3. Мандель, Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика: учебное пособие / Б. Р. Мандель. - Москва: Директ-Медиа, 2019. - 438 с. - ISBN 978-5-4499-0065-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1980005>

б) дополнительная литература:

1. Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации: учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. — 2-е изд., перераб. — Москва: ИНФРА-М,

2024. — 336 с. — (Бакалавриат). - ISBN 978-5-98281-338-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2104847>

2. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России / Под ред. Е. Л. Вартановой. – Москва: Аспект Пресс, 2021. – 424 с. – ISBN 978-5-7567-1103-5. – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756711035.html>.

3. Иванова, Л. В. Жанры и форматы журналистики мнений: электронное учебно-методическое пособие / Л. В. Иванова. – Тольятти: Изд-во ТГУ, 2022. – 174 с. – ISBN 978-5-8259-1069-7. – URL: https://dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/25339/1/IvanovaLV_1-06-21_Z.pdf.

4. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – 2-е изд. – Москва: Высшая школа экономики, 2018. – 426 с. – ISBN 978-5-7598-1488-7. – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759814887>.

5. Медиа. Введение: учебник: пер. с англ. / под ред. А. Бриггза, П. Кобли. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 535 с.

6. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. – 2-е изд. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 550 с. – (Серия «Зарубежный учебник») – ISBN 978-5-238-00960-7. – URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028522>.

7. Рябина, Н. З. Технология редакционно-издательского процесса: учеб. пособие / Н. З. Рябина. – М., 2012 [Электронный ресурс] / URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=469484>. – Текст: электронный.

8. Современное медиапространство России: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / И. М. Дзялошинский. – Москва: Аспект Пресс, 2017. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708905.html>.

9. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати: учебное пособие для вузов / А. А. Тертычный. – Москва: Аспект Пресс, 2017. – 320 с. – ISBN 978-5-7567-0875-2. – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708752.html>. – Режим доступа: по подписке.

10. Универсальная журналистика: Учебник для вузов [Электронный ресурс] / Л. П. Шестеркина – М.: Аспект Пресс, 2016. – <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708417.html>.

11. Шестеркина, Л. П. Универсальная журналистика: учебник для вузов / Л. П. Шестеркина. – Москва: Аспект Пресс, 2016. – 480 с. – ISBN 978-5-7567-0841-7. – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708417.html>.

г) интернет-ресурсы:

официальные

1. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». – URL: <http://window.edu.ru>.
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. – URL: <https://minobrnauki.gov.ru>.
3. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. – URL: <https://digital.gov.ru/ru>.
4. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. – URL: <http://fgosvo.ru>.
5. Российский портал открытого образования. – URL: <http://www.alleng.ru>.
6. Университетская информационная система России. – URL: <https://uisrussia.msu.ru>.
7. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки. – URL: <http://obrnadzor.gov.ru>.
8. Федеральный портал «Российское образование». – URL: <http://www.edu.ru>.
9. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. – URL: <http://fcior.edu.ru>.
- профессиональные**
10. ГИПП: Союз предпринимателей печатной индустрии [сайт]. – URL: <http://www.gipp.ru>.
11. Грамота: справочно-информационный портал [сайт]. – URL: <http://gramota.ru>.
12. Медиаскоп: электронное научное издание. – URL: <http://www.mediascope.ru>.
13. Национальный корпус русского языка: информационно-справочная система [Электронный ресурс]. – URL: [http:// www.ruscorpora.ru](http://www.ruscorpora.ru).
14. Портал об издательском деле и редактировании. – URL: <http://www.redaktoram.ru>.
15. Российская книжная палата. – URL: <http://www.bookchamber.ru>.
16. Российское авторское общество по коллективному управлению правами при репродуцировании, копировании и ином воспроизведении произведений. – URL: <http://www.copyright.org>.
17. Российское авторское общество. – URL: <http://www.rao.ru>.
18. Сайт Союза журналистов России – URL: <https://ruj.ru>.
19. Словари, энциклопедии и справочники [Электронный ресурс]. – URL: <http://slovari.ru>.
20. Сообщество профессиональных корректоров «Корректор.Ру» // Блог-платформа Livejournal. – URL: <http://korrektor-ru.livejournal.com>.
21. Сообщество редакторов в ЖЖ. – URL: http://community.livejournal.com/ru_redaktor.
- Электронные библиотечные системы и ресурсы**
22. Библиоклуб: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>.

23. Библиотека ГУМЕР – гуманитарные науки. – URL: <http://www.gumer.info>.

24. Библиотека открытых ресурсов Интернет. – URL: http://www.hi-edu.ru/abc_courses.html.

25. Библиотекарь.Ру.: бесплатная интернет-библиотека. – URL: <http://www.bibliotekar.ru>.

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

26. Научная библиотека имени А. Н. Коняева. – URL: <http://biblio.dahluniver.ru>.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Информация в медиакommunikациях» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Антивирус	Avast	http://www.avast.com/ru-ru/index
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP

Распознавание текста	CuneiForm	http://cognitiveforms.ru/products/cuneiform/
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Видеоплеер	MediaPlayerClassic	http://mpc.darkhost.ru/
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/