



ПРИЛОЖЕНИЕ 1 К ООП

УТВЕРЖДЕНО УЧЕНЫМ СОВЕТОМ ИСИ В СОСТАВЕ ООП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
КУЛЬТУРА МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Образовательная программа

Культурология

Направление подготовки

51.03.01 «Культурология»

Уровень высшего образования

Бакалавриат



Разработчики программы:

- Соколов Ю.Е. кандидат философских наук, доцент, заведующий кафедрой
общегуманитарных и социальных дисциплин

© Соколов Юрий Евгеньевич

© АНО ВО «Институт современного
искусства»



АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Цели:	<ul style="list-style-type: none">- формирование представления о роли масс-медиа в современной культуре;- показать место и роль культуры массовых коммуникаций в современной России и мире;- получение навыков разработки социокультурных акций и событий с опорой на коммуникации;- изучение исследовательских процедур массовой коммуникации.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none">- освоение основных подходов к изучению масс-медиа;- изучение коммуникативных моделей и теорий коммуникации;- получение знаний в области государственной информационной политики в России и мире;-использование полученных знаний при осуществлении культурологических исследований современного коммуникативного пространства.- выявление потенциальных возможностей и профессионально важных качеств у студентов для успешного взаимодействия со средствами массовой коммуникации
Компетенции обучающегося, формируемые в результате изучения дисциплины:	УК -1; УК-3; УК-5

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Знать:	<ul style="list-style-type: none">– основные закономерности взаимодействия человека и общества,– этапы исторического развития человечества;– основные философские категории и проблемы человеческого бытия;– принципы поиска методов изучения произведения искусства;– терминологическую систему
Уметь:	<ul style="list-style-type: none">– анализировать социально и лично значимые философские проблемы;– осмысливать процессы, события и явления мировой истории в



	<p>динамике их развития, руководствуясь принципами научной объективности и историзма;</p> <ul style="list-style-type: none"> – «мыслить в ретроспективе» и перспективе будущего времени на основе анализа исторических событий и явлений; – формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам; – использовать полученные теоретические знания о человеке, обществе, культуре, в учебной и профессиональной деятельности; – критически осмысливать и обобщать теоретическую информацию; – применять системный подход в профессиональной деятельности
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> – технологиями приобретения, использования и обновления социогуманитарных знаний; – навыками рефлексии, самооценки, самоконтроля; – общенаучными методами (компаративного анализа, системного обобщения).

УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> – основы социальной и практической психологии, принципы взаимодействия в команде, специфику различных видов и типов социокультурного взаимодействия и коммуникации.
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> – определять свою роль в команде и выполнять обозначенные функции, согласовывать свои действия с другими участниками команды; координировать общую работу; принимать, обосновывать решения; планировать последовательность действий для достижения заданного результата.
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> – навыками планирования собственных действий и координации общих действий для достижения общих поставленных целей; навыками интерактивного взаимодействия и коммуникации; технологиями создания и управления командой.

УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> – механизмы межкультурного взаимодействия в обществе на современном этапе, принципы соотношения общемировых и национальных культурных процессов; – проблемы соотношения академической и массовой культуры в контексте социальной стратификации общества, основные теории культурного развития на современном этапе;



	<ul style="list-style-type: none">– национально-культурные особенности социального и речевого поведения представителей иноязычных культур;– обычаи, этикет, социальные стереотипы, историю и культуру других стран;– исторические этапы в развитии национальных культур;– художественно-стилевые и национально-стилевые направления в области отечественного и зарубежного искусства от древности до начала XXI века;– национально-культурные особенности искусства различных стран
Уметь:	<ul style="list-style-type: none">– адекватно оценивать межкультурные диалоги в современном обществе;– соотносить современное состояние культуры с ее историей;– излагать и критически осмысливать базовые представления по истории и теории новейшего искусства;– находить и использовать необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими иноязычную информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп;– проводить сравнительный анализ онтологических, гносеологических, этических идей, представляющих различные философские учения;– сопоставлять общее в исторических тенденциях с особенным, связанным с социально-экономическими, религиозно-культурными, природно-географическими условиями той или иной страны;– работать с разноплановыми историческими источниками;– извлекать уроки из исторических событий, и на их основе принимать осознанные решения;– адекватно реализовать свои коммуникативные намерения в контексте толерантности;– находить и использовать необходимую для взаимодействия с другими членами социума информацию о культурных особенностях и традициях различных народов;– демонстрировать уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп
Владеть:	<ul style="list-style-type: none">– развитой способностью к чувственно-художественному восприятию этнокультурного разнообразия современного мира;– нормами недискриминационного и конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей;– речевым этикетом межкультурной коммуникации;– навыками анализа различных художественных явлений, в которых отражено многообразие культуры современного общества, в том числе явлений массовой культуры



2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ООП	Блок 1. Обязательная часть. Б1.0.11. Современные культурные формы и практики Дисциплина Б1.0.11.03
-------------------	--

2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и компетенции, формируемые предшествующими дисциплинами и/или практиками и/или предыдущим уровнем подготовки:

- История (история России, всеобщая история) (УК-1; УК-5)
- Основы современной культуры и этики (УК-5)
- Теория культуры (УК-5, ОПК -1, ПК-3)
- Философия культуры (УК-5)
- История культуры и искусства (УК-5, ПК-3)
- Межкультурные коммуникации (УК-3, УК-5, ПК-7)

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

- 3.1. Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы (ЗЕ), 72 академических часа.
- 3.2. Объём дисциплины (модуля) по видам учебных занятий (в академических часах):

Вид учебной работы	Кол-во академических часов по формам обучения		
	очная	очно -заочная	заочная
Общая трудоемкость дисциплины	72		72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), ВСЕГО:	36	-	24
Лекции (Л)	18	-	16
Семинары (С)	18	-	8
Практические занятия (ПЗ)	-	-	-
Самостоятельная работа студента (СРС)	36	-	44



Форма промежуточной аттестации			
Экзамен (Э)	-	-	-
Зачет (З)	7 семестр	-	4 час. (5 курс зимняя сессия)
Дифференцированный зачет (ДЗ)	-	-	-

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

4.1. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием для каждой темы:

- номера семестра учебного плана;
- количества академических часов, отведенного на её изучение с распределением по видам учебных занятий:
 - «Лек» - лекционные,
 - «ПрЗ» / «ИнЗ» / «С» – групповые и мелкогрупповые практические занятия / индивидуальные занятия / семинары,
 - «СРС» - самостоятельная работа студентов.
- формы текущего контроля успеваемости

Для очной формы обучения				Трудоемкость в часах			Формы текущего контроля успеваемости
№ п/п	Наименование разделов и тем	№ сем. УП	Объем в часах (всего)	Лек	ПрЗ, ИнЗ, С	СРС	
1	Введение в курс. Общее понимание коммуникаций	7	10	2	2	6	Проверка выполнения самостоятельной работы, оценка за участие в семинаре
2	Понятие культуры массовых коммуникаций. Типы и модели коммуникаций в культуре	7	16	4	4	8	Проверка выполнения самостоятельной работы, оценка за участие в семинаре



Для очной формы обучения				Трудоемкость в часах			Формы текущего контроля успеваемости
№ п/п	Наименование разделов и тем	№ сем. УП	Объем в часах (всего)	Лек	ПрЗ, ИнЗ, С	СРС	
3	Технологический подход к исследованию масс-медиа	7	14	4	4	6	Проверка выполнения самостоятельной работы, оценка за участие в семинаре
4	Онлайн-исследования как перспективное направление в изучении современного социокультурного пространства	7	16	4	4	8	Проверка выполнения самостоятельной работы, мини-опрос
5	Использование медиатехнологий при продвижении социокультурных проектов	7	16	4	4	8	Проверка выполнения самостоятельной работы, оценка за участие в семинаре

Для заочной формы обучения				Трудоемкость в часах			Формы текущего контроля успеваемости
№ п/п	Наименование разделов и тем	№ сем. УП	Объем в часах (всего)	Лек	ПрЗ, ИнЗ, С	СРС	
1	Введение в курс. Общее понимание коммуникаций	4 курс Летняя сессия	36	4	-	32	Проверка выполнения самостоятельной работы, оценка за участие в семинаре
2	Понятие культуры массовых коммуникаций. Типы и модели коммуникаций в культуре	5 курс Зимняя сессия	14	6	2	6	Проверка выполнения самостоятельной работы, оценка за участие в семинаре
3	Технологический подход к исследованию масс-медиа	5 курс Зимняя сессия	6	2	2	2	Проверка выполнения самостоятельной работы, оценка за участие в семинаре



Для заочной формы обучения				Трудоемкость в часах			Формы текущего контроля успеваемости
№ п/п	Наименование разделов и тем	№ сем. УП	Объем в часах (всего)	Лек	ПрЗ, ИнЗ, С	СРС	
4	Онлайн-исследования как перспективное направление в изучении современного социокультурного пространства	5 курс Зимняя сессия	6	2	2	2	Проверка выполнения самостоятельной работы, мини-опрос
5	Использование медиатехнологий при продвижении социокультурных проектов	5 курс Зимняя сессия	6	2	2	2	Проверка выполнения самостоятельной работы, оценка за участие в семинаре

4.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по разделам

1) Введение в курс. Общее понимание коммуникаций

Взаимодействие факторов, определяющих природу социальной коммуникации – биологических, социальных, этнических, психологических и др. Основные направления исследования социальной коммуникации в зарубежных школах: бихевиоризм, необихевиоризм, символический интеракционизм, феноменологическое направление, структурный функционализм, постмодернизм. Различные подходы к обоснованию взаимодействия коммуникации и социокультурных структур, к пониманию социальной информации и ценностной ориентации. Обоснование социального статуса как важнейшей категории коммуникации (Г.Дж.Мейн, М.Вебер, Ю.Хабермас, Т.М.Дридзе, А.Д.Швейцер и др.). Общественная природа языка. Функции языка. Структурный, семантический и прагматический аспекты языка. Предмет социологии коммуникации (коммуникативистики). Основные единицы прагмалингвистики. Понятия «информации», «социально-значимой информации», «каналов связи», структура «коммуникативного акта» (Лассуэл, Якобсон), «коммуникативная /языковая компетентность», «коммуникативная / речевая деятельность», «язык как система систем», «социокоммуникативная система». Критерии выделения уровней организации коммуникации. Семиотический уровень. Понятие знака (Ч.Пирс.Ч.Моррис). Типология знаков. Их сущность и функции. Социальная обусловленность знака. Общие характеристики семиотических систем. Понятие о синтактике, семантике и прагматике в семиотической теории. Лингвистический (языковой) уровень коммуникации. Вербальная основа языкового уровня коммуникации. Понимание речевых актов и их типология. Высказывание и дискурс как коммуникативные единицы. Различные подходы к моделированию дискурса. Ментальная модель (Ф.Джонсон-Лэрд), модель фреймов (М.Минский.Ч.Филлмор), модель сценариев (Р.Шенк, Р.Абелсон), модель ситуаций (Т.А.ван Дейк). Функциональные характеристики дискурса, существенные для



социологии коммуникации. Тематическое поле, языковой код, регистр (тональность) и способ (канал) коммуникации – важнейшие структурные компоненты дискурса. Паралингвистический (невербальный) уровень организации коммуникации. Широкое и узкое понимание паралингвистики. Виды невербальных коммуникативных средств: фонациональные, кинесические и графические, их функции. Типология кинесических средств и их роль в речевом поведении. Социальная дифференциация и вариативность невербальной коммуникации.

2) Понятие культуры массовых коммуникаций. Типы и модели коммуникаций в культуре

Коммуникация как процесс обмена информацией. Каналы передачи информации. Участники коммуникативного акта. Типы коммуникации в зависимости от структуры коммуникативного акта. Массовая коммуникация как социальное явление и процесс. Глобализация пространства общения и трансформация основных характеристик текста (низкий порог вхождения, мозаичность композиции и т.д.). Основные виды текстов массовой коммуникации: новости и реклама. Средства массового информирования и каналы массовой коммуникации. Массовая культура и массовая коммуникация. Различные подходы к описанию функций массовой коммуникации (В. Парето, К.Мангейм, Т.Парсонс, Р.К.Мертон, С.Холл, Т.Адорно, М.Маклюэн и др.).

Ключевые социально-культурологические модели коммуникации. «Социология прессы» М. Вебера как начальный этап социологического изучения деятельности масс медиа. Обоснование социально-политической обусловленности функционирования прессы. Первые определения предмета социологии журналистики. Деятельность представителей Франкфуртской школы в изучении СМИ. Деструктивное воздействие СМИ на личность, тенденции массовизации (Г. Маркузе, Т. Адорно, Э. Фромм). Феномен «глобальной деревни» М. Маклюэна. Особенности существования человека в информационном обществе. Доминирующая роль средств массовой коммуникации. Устная, письменная, аудиовизуальная культура. Переход от линейно-последовательного типа мышления к мозаичному. Четыре доктрины массовой коммуникации в концепции А. Моля. Различие целей воздействия на аудиторию. Идея демассификации СМИ О. Тоффлера. Прогноз стратегической линии развития журналистики. Ориентация на микроаудитории. Теория стереотипизации У. Липмана. «Теория пули» Б. Шрамма. Теория конструирования социальной реальности с помощью СМИ. П. Бурдьё: «журналистское поле» и «журналистские очки». Ведущие социологические модели коммуникации. Двухступенчатая модель коммуникации П. Лазарсфельда: передача информации и передача влияния. Спираль молчания Э. Ноэль-Нойман. «Модель привратника» К. Левина: принципы отбора новостей. Модель коммуникативного процесса Г. Лассуэлла: анализ управления, анализ содержания, анализ средств, анализ аудитории, анализ эффекта коммуникации. Теория многоступенчатого потока информации Д. Клаппера: продукция СМИ как зависимая переменная в ряду «факторов-посредников». Три типа результатов коммуникации: изменения в знаниях, установках и поведении. Теория унифицированных последствий (поведенческие, установочные, когнитивные и физиологические последствия). Современные концепции сбалансированного подхода к анализу взаимовлияния СМК и



аудитории. Теория социального научения (А. Бандура). Теория культивирования (Дж. Гербнер). Теория социализации. Теория использования и удовлетворения.

3) Технологический подход к исследованию масс-медиа

. Понимание технологии и технологических приемов работы с информацией. Особый подход к исследованию аудитории. Аудитория средств массовой информации (в целом, отдельных изданий, каналов, программ). Понятия целевой (базовой), потенциальной, реальной аудитории. Социальные потребности как объективная основа информационных потребностей. Субъективные и объективные характеристики аудитории: информационные потребности, интересы, мотивы обращения к СМИ, запросы, ожидания, характеристики потребления массовой информации. Задачи и методы комплексных социологических исследований аудитории СМИ. Количественные и качественные методы аудиторных исследований. Интервьюирование (очные, телефонные и электронные опросы), анкетирование, дневники, фокус-группы, технические методы замеров аудитории. Типы выборок. Анализ данных, их комментирование. Итоговые документы аудиторных исследований (стандартизация показателей, табличные и графические способы представления данных). Тенденции информационного поведения аудитории современных российских СМИ и ее отношения к ним. Методология как система научного познания. Использование методов общей социологии в социологии коммуникаций (анкетирование, включенное наблюдение, корреляционный анализ и т.п.). Особенности адаптации данных методов к коммуникации как предмету исследования (на примере социологической анкеты). Методы социологических исследований массовой коммуникации. Роль контент-анализа в исследовании текстов СМИ. Мотивационный анализ. Когнитивное картирование и оперативное кодирование. Нарративный анализ. Ролевой анализ. Дискурс-анализ как метод исследования социальной коммуникации. Качественные методы в социологии коммуникаций. Глубинное интервью и фокус-группы и их место в социологии коммуникаций. Работа с экспертами. Медиаметрические исследования аудитории как направление социологии журналистики и информационного маркетинга. Особенности рейтинговых технологий СМИ. Два основных класса рейтинговых исследований: рейтинги предпочтений аудитории и ценностно-тематические рейтинги СМИ. Кумулятивная аудитория и аудитория четверти часа. Понятие циркуляции аудитории. Социологические методы фиксации зрительских предпочтений: дневники участников панели и телеметрические замеры. Телефонные опросы аудитории. Традиционное анкетирование: техника «dayafterrecall» (DAR) – «контакт – вчера». Особенности составления инструмента: перечневые таблицы, балльное оценивание объектов. Типы выборок. Формулы расчета рейтинга. Понятие среднего абсолютного рейтинга (САР). Средний относительный рейтинг передачи (СОР). Средний рейтинг телесмотрения (СРТ). Средняя аудитория передачи (САП). Варианты рейтинговых замеров: «весы» и метод «сита». Анализ данных. Итоговые документы аудиторных исследований (стандартизация показателей, табличные и графические способы представления данных). Измерения радио-, телеаудитории зарубежными центрами и ассоциациями: Европейский союз вещания (EBU). Ассоциация коммерческого телевидения (ACT), Европейская ассоциация рекламных агентств (ЕААА), Европейская ассоциация медиа-исследований (EMRO), Группа исследователей европейской аудитории (GEAR), Европейское общество



исследования маркетинга и мнения (ESOMAR), Британский совет по измерению телеаудитории (BARB), Английская служба AGB, «Арбитрон» (ARB), A.C. NielsonCompany и др. Совершенствование исследовательских методик российских кампаний: Комкон, ВЦИОМ, НИСПИ, Гэллап-медиа, Медиа Март, РОМИР и др. Медиаметрические исследования аудитории как направление социологии журналистики и информационного маркетинга.

4) Онлайн-исследования как перспективное направление в изучении современного социокультурного пространства

Интернет – новая опросная технология. Трудности широкого использования: низкий уровень Интернет-плотности в России, неравномерность интернетизации, невысокий уровень компьютерной культуры населения, плохое качество сетей, высокая стоимость связи, правовая незащищенность информации о респонденте и др. Проблемы репрезентации и контроля выборки. Практика проведения он-лайн-опросов: специализированные Web-опросы, голосование и «вывешивание» опросников на сайтах. Комплектация респондентской панели, переход к квотной выборке. Web-панели добровольцев. Локальные, общенациональные и глобальные панели. Процедура InternetSurvey – опросная технология нового века. Тематические направления он-лайн-опросов. Изучение сетевого поведения (оценка дизайна, качества провайдерских услуг, рейтинг сайтов, время просмотров, регулярность выходов в сеть). Исследование потребительских установок и поведения на рынке товаров и услуг (отношение к обслуживанию, привлекательность товаров, восприятие рекламы, предпочтительность брендов). Изучение социальных и политических установок, электоральные предпочтения пользователей. Особенности он-лайн-опросов. Проведение Web – фокус-групп и open-ended дискуссий. Лидеры он-лайн-опросов пользователей Интернета: Nielsen//NetRating, MediaMetrix и JupiterCommunications, DiscoverWhy.com, HarrisInteractive, AngusReidGroup, ForresterResearch, DecisionAnalyst и др. Преимущества и перспективы использования он-лайн-опросов для исследователей и респондентов.

5) Использование медиатехнологий при продвижении социокультурных проектов

Понятие проектов и роль информационных технологий в их продвижении. Возможные источники финансирования социокультурных проектов и программ. Выбор целевой группы воздействия. Фандрейзинг как поиск средств для реализации проекта. Использование медиатехнологий в работе с инвесторами. Ресурсное обеспечение социальных инициатив: взаимодействие с государственным, коммерческим и некоммерческим секторами. Роль рекламных технологий. Информационная деятельность проектировщика. Взаимодействие с благотворительными фондами. Привлечение добровольцев к реализации проекта. Сущность и основные черты социальной рекламы. Население как потенциальный инвестор: технология обеспечения взаимодействия. Методы сбора средств от населения: ящики-копилки, уличные акции, подготовка мероприятия, рассылка писем и др. Особенности информационного продвижения проектов. Организация рекламной кампании. Технологии создания событий. Работа со СМИ



4.3 ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Содержание и формы самостоятельной работы обучающихся в процессе освоения дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Кол-во часов на СРС	Содержание и формы СРС	КОД формируемой компетенции
1.	Введение в курс. Общее понимание коммуникаций	6	Работа с литературой. Подготовка к семинару	УК-1, УК-3 УК-5
2.	Понятие культуры массовых коммуникаций. Типы и модели коммуникаций в культуре	8	Работа с литературой. Подготовка к семинару	УК-1
3.	Технологический подход к исследованию масс-медиа	6	Работа с литературой. Подготовка к семинару	УК-3
4.	Онлайн-исследования как перспективное направление в изучении современного социокультурного пространства	8	Работа с литературой. Подготовка к семинару	УК-1
5.	Использование медиатехнологий при продвижении социокультурных проектов	8	Работа с литературой. Подготовка к семинару	УК-5

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Кол-во часов на СРС	Содержание и формы СРС	КОД формируемой компетенции
1.	Введение в курс. Общее понимание коммуникаций	32	Работа с литературой. Подготовка к семинару	УК-1, УК-3 УК-5
2.	Понятие культуры массовых коммуникаций. Типы и модели коммуникаций в культуре	6	Работа с литературой. Подготовка к семинару	УК-1
3.	Технологический подход к исследованию масс-медиа	2	Работа с литературой. Подготовка к семинару	УК-3



4.	Онлайн-исследования как перспективное направление в изучении современного социокультурного пространства	2	Работа с литературой. Подготовка к семинару	УК-1
5.	Использование медиатехнологий при продвижении социокультурных проектов	2	Работа с литературой. Подготовка к семинару	УК-5

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов должны быть предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

6.1 Методы и средства организации и реализации образовательного процесса:

а) методы и средства, направленные на теоретическую подготовку:

- лекция;
- семинар;
- самостоятельная работа студентов;
- консультация

б) методы и средства, направленные на практическую подготовку:

- мастер-классы преподавателей и приглашенных специалистов;
- академические концерты;
- учебная практика.

При реализации дисциплины применяются следующие виды учебной работы:

Лекция. Используются различные типы лекций: вводную, мотивационную (способствующую проявлению интереса к осваиваемой дисциплине), подготовительную (готовящую студента к более сложному материалу), интегрирующую (дающую общий теоретический анализ предшествующего материала), установочную (направляющая студентов к источникам информации для дальнейшей самостоятельной работы), междисциплинарную. Содержание и структура лекционного материала направлены на формирование у обучающихся



соответствующих компетенций и соотносится с выбранными преподавателем методами контроля.

Семинар – практическое занятие, являющееся дополнением лекционных занятий в рамках изучения дисциплины. Семинары проходят в различных диалогических формах – дискуссии, деловые и ролевые игры, разборы конкретных ситуаций, психологические и иных тренингов, обсуждение результатов написания студенческих работ (курсовых, рефератов, творческих работ и т.д.), вузовских и межвузовских конференций.

Самостоятельная работа обучающихся. Самостоятельная работа представляет собой обязательную часть дисциплины, выражаемую в зачетных единицах и выполняемую обучающимся в соответствии с заданиями преподавателя. Результат самостоятельной работы контролируется преподавателем. Самостоятельная работа может выполняться обучающимся в аудиториях, библиотеке, компьютерных классах, а также в домашних условиях. Самостоятельная работа обучающихся подкрепляется учебно-методическим и информационным обеспечением, включающим учебники, учебно-методические пособия, конспекты лекций, аудио и видео материалами и т.д.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

- 1) Краткий конспект лекций по дисциплине
- 2) Словарь терминов и персоналий по дисциплине
- 3) Другие элементы

Методические материалы в виде электронных ресурсов находятся в открытом доступе в методическом кабинете деканата.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд контрольных заданий, перечень форм и процедур, предназначенных для определения качества освоения обучающимися учебного материала, а так же методические указания по освоению дисциплины (модуля), описываются в отдельном документе «**Оценочные средства дисциплины**».

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

7.1. Основная литература:

http://isi-vuz.ru/Files/%D0%AD%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%B3.pdf



<http://www.iprbookshop.ru/>
<https://urait.ru/>
<https://e.lanbook.com/books/>

№ п/п	Авторы /составители	Наименование (заглавие)	Издательство, год
1	Белая Е.Н.	Теория и практика межкультурной коммуникации: Учебное пособие / Е.Н. Белая. - 208 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-91134-493-1	М.: Форум, 2011.- Режим доступа: http://znanium.com/book_read.php?book=226335
2	Недосека О.Н.	Основы теории коммуникаций. Курс лекций / О.Н.Недосека.	М.: ВЛАДОС, 2010. - Режим доступа: http://www.bibliorossica.com/book.html?search_query=2871&ln=ru ЭБС «Библиороссика»
3	Никулина С.А.	Психология массовой коммуникации: учебное пособие. -170 с.	М.: Директ-Медиа, 2014. –Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=235650&sr=1
4	Садовская В.С.	Основы коммуникативной культуры. Психология общения: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / В. С. Садовская, В. А. Ремизов. — 2-е изд., испр. и доп. — 208 с. — (Серия: Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-00453-3.	М.: Издательство Юрайт, 2017. — Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/21632566-5A22-4B7E-89F6-545D680CEBE3
5	Садохин А.П.	Межкультурная коммуникация: Учебное пособие / А.П. Садохин. - 288 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-98281-036-6	М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009. - Режим доступа: http://znanium.com/book_read.php?book=177054 ЭБС "Знаниум"



7.2. Дополнительная литература:

№ п/п	Авторы /составители	Наименование (заглавие)	Издательство, год
1	Антонова Н.В.	Психология массовых коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата/Антонова Н.В. - 373с.	М.: Директ-Медиа, 2016. - Режим доступа: https://www.biblioonline.ru/book/26399AD9-3595-420C-A2CE-62401F9D46CE
2	Жукова И.Н.	Словарь терминов межкультурной коммуникации / И.Н. Жукова, М.Г. Лебедько, З.Г. Прошина и др.; под ред. М.Г. Лебедько и З.Г. Прошиной. - 632 с. - ISBN 978-5-9765-1083-8 (Флинта), ISBN 978-5-02-037446-1 (Наука)	М.: Флинта: Наука, 2013. - Режим доступа: http://znanium.com/bookread.php?book=454456 ЭБС "Знаниум"
3	Костромина Е.А.	Изучение рекламы как средства массовых коммуникаций: социолингвистический аспект: сборник статей. - 92 с.	М., Берлин: Директ-Медиа, 2014. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=272546&sr=1]
4	Персикова Т.Н.	Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учеб. пособие / Т. Н. Персикова. - 224 с. - ISBN 978-5-98704-127-9.	М.: Логос, 2011. - Режим доступа: http://znanium.com/bookread.php?book=469331 ЭБС "Знаниум"
5		Человек в системе коммуникации: Сборник научных трудов -341 с.	М.: Директ-Медиа, 2014. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=236117&sr=1

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ"

8.1. Современные профессиональные базы данных

- Национальная электронная библиотека (НЭБ) <https://xn--90ax2c.xn--p1ai/>
- Университетская информационная система РОССИЯ <https://uisrussia.msu.ru/>
- <http://www.philosophy.ru/>
- <http://www.psychology-online.net/>
- Российское образование. Федеральный портал. www.edu.ru
- Все для студента. www.twirpx.com/
- Нормативно-правовая база данных. www.kodeks.net
- Аналитика культурологии: электронное научное издание. <http://www.analiculturolog.ru>
- Российская государственная библиотека. rsl.ru



8.2. Информационные справочные системы

- Портал «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
<http://window.edu.ru/window>.
- Справочно-информационный портал Грамота.ру – русский язык для всех.
www.gramota.ru
- Энциклопедия культур DÉJÀ VU. <http://ec-dejavu.ru/library.html>
- Служба тематических толковых словарей. www.glossary.ru

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Googlechrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»);
- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»)

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Вид учебной работы	Тип аудитории с описанием материально-технического обеспечения
Лекция	Аудитория для проведения лекционных занятий со столами (партами), стульями, доской, мультимедийным комплексом
Семинар	Аудитория для проведения семинарских занятий со столами (партами), стульями, доской, мультимедийным комплексом



ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

Дата внесения изменений	Краткое описание изменений, внесенных в РПД	№ протокола кафедры
	<i>Актуализированы списки литературы, обновлен перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</i>	
	<i>Актуализированы списки литературы, обновлен перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</i>	
	<i>Актуализированы списки литературы, обновлен перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</i>	