

Документ подписан простой электронной подписью
Информационная система
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 26.04.2024 12:06:51
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по УМР ИСОУ

Т.А. Харитонова

«23» июня 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплина: Коммуникации в информационном пространстве

направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): Диджитал маркетинг

форма обучения: очная/заочная

Рабочая программа разработана для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Диджитал маркетинг

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоношко

Рабочую программу разработал:
Г.И. Герасимова, профессор кафедры МиМУ,
д.с.н., доцент



1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: сформировать у обучающихся основные знания о системе коммуникаций, формирующих единое информационное пространство современного общества; дать представления о методах использования коммуникативных технологий в успешной профессиональной деятельности в условиях рыночной конкуренции и глобализации.

Основными задачами изучения курса являются:

1. Формирование у обучающихся теоретической базы по использованию возможностей коммуникации в профессиональной деятельности;
2. Овладение понятийно-терминологическим аппаратом, характеризующим современные коммуникации;
3. Изучение современного состояния и основных направлений развития коммуникаций, их технологий в России и мире;
4. Приобретение коммуникативных навыков, позволяющих осуществлять профессиональную деятельность;
5. Формирование умений по использованию информационно-коммуникативных технологий в профильной работе.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникации в информационном пространстве» относится к дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений, элективным дисциплинам учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать: «Управление коммуникационными проектами»; «Основы теории коммуникации».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

- способов участия в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;
- гражданского законодательства Российской Федерации;
- основных принципов организации рекламной кампании;
- основы проектной деятельности;
- корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.

Умения:

- использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии;
- выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями;
- вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами).

Владение:

- навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющих разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ;
- поиском и отбором организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах;
- навыками организации представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях;
- навыками организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия.

Содержание дисциплины служит основой для освоения дисциплин: «Управление коммуникационными проектами».

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКС-3.1 Применяет правовые основы в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать 3.1. Гражданское законодательство Российской Федерации
		Знать 3.2. корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
		Уметь У.1 выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями
	ПКС-3.2 Внедряет проекты и мероприятия при реализации коммуникационных кампаний	Знать 3.3. основы проектной деятельности
		Знать 3.4. основные принципы организации рекламной кампании
		Умеет У.2. подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
		Владеть В.1. процессом организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8
очная	3/6	16	16	-	76	-	зачет
заочная	4/8	6	10	-	88	4	зачет

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Основные понятие	4	4		19	27	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Устный оп-

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		и теории коммуникации							рос (Приложение 1)
2	2	Типология и функции коммуникаций	4	4		19	27	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Устный опрос (Приложение 2)
3	3	Коммуникативные модели	4	4		19	27	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Устный опрос (Приложение 3)
	4	Формирование единого информационного поля: закономерности и принципы	4	4		19	27	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Устный опрос, тест (Приложение 4)
Итого:			16	16	-	76	108		

Таблица 5.1.1

заочная форма обучения (ЗФО)

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Основные понятие и теории коммуникации	1	2	-	22	25	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Устный опрос (Приложение 1)
2	2	Типология и функции коммуникации	1	2	-	22	25	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Устный опрос (Приложение 2)
3	3	Коммуникативные модели	2	2	-	22	26	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Устный опрос (Приложение 3)
4	4	Формирование информационного пространства: закономерности и принципы	2	4	-	22	28	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Устный опрос, тест (Приложение 4)
5	Зачет		-	-	-	4	4	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Вопросы к зачету (Приложение 5)
Итого:			6	10	-	92	108		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1 . Основные понятия и теории коммуникации

Понятие коммуникации информационного пространства. Категории и функции коммуникации. Коммуникации в современном обществе. Теории коммуникации Н. Лумана, Ю. Хабермаса. Единое инфопространство как результат глобализации современного общества. Коммуникация как линейный и асимметричный процесс. Классическая парадигма коммуникации (по Лассуэллу). Современный социокультурный, информационный и культурологический подходы к теории коммуникации.

Раздел 2. Типология и функции коммуникаций

Внешние и внутренние коммуникации. Массовые и локальные коммуникации. Вербальные и невербальные коммуникации. Активные и пассивные, случайные, запланированные коммуникации. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Функции коммуникации: управленческая, адаптационная, рекреационная, информационная, передачи опыта. Средства коммуникации, медиа и компьютерно-опосредованная коммуникация. Воздействие информационных и интернет-технологий на личность и общество.

Раздел 3. Коммуникативные модели

Коммуникация как процесс. Структурные компоненты коммуникации: адресант (коммуникант), адресат (аудитория), сообщение (информация), код, канал, реакция (эффект). Механистическая модель коммуникации (К. Шеннон и У. Вейнер). Психосемантическая модель коммуникации (У. Шрамм). Коммуникация и социальное взаимодействие с обратной связью. Механизмы и инструменты моделирования информационно-коммуникативного пространства.

Раздел 4. Формирование информационного пространства: закономерности и принципы

Производство информации, технологии распространения (инфоповоды, ньюсмейкинг, ньюсджекинг). Специфика формирования информационного пространства: методы и условия. Символьная и мифологическая коммуникация: компоненты и значения знаков. Особенности различных коммуникативных систем. Хранение, преобразование и использование (фактчекинг) информации в коммуникационных системах. Обеспечение информационной безопасности систем коммуникации.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практических занятий
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1. Основные понятия и теории коммуникации	4	1	-	1. Понятия, категории и функции коммуникаций
					2. Ретроспектива становления коммуникативных парадигм
					3. Теоретические подходы к анализу коммуникаций
					4. Средства коммуникации: роль в формировании инфопространства
					5. Коммуникация как процесс
2	2. Типология и функции коммуникации	4	1	-	6. Типология и классификация коммуникаций
					7. Характер коммуникаций: внешние, внутренние, массовые, локальные, вербальные, невербальные
					8. Методы производства и распространения информации
					9. Основные функции системы коммуникаций
3	3. Коммуникативные	4	2	-	10. Коммуникация как процесс
					11. Структурные компоненты коммуникативной мо-

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практических занятий
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
	модели				дели
					12. Механистическая модель коммуникации
					13. Психосемантическая модель коммуникации
	4. Формирование информационного пространства	4	2	-	14. Механизмы и инструменты моделирование информационно-коммуникативного пространства.
					15. Символьная и мифологическая коммуникация: компоненты и значения знаков
					16. Получение, хранение, преобразование, передача и использование информации в коммуникационных системах
					17. Обеспечение информационной безопасности систем коммуникации
Итого:		16	6	X	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практических занятий
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1. Основные понятия и теории коммуникации	4	2	-	1. Понятия, категории и функции коммуникаций
					2. Ретроспектива становления коммуникативных парадигм
					3. Теоретические подходы к анализу коммуникаций
					4. Средства коммуникации: роль в формировании инфопространства
					5. Коммуникация как процесс
2	2. Типология и функции коммуникации	4	2		6. Типология и классификация коммуникаций
					7. Характер коммуникаций: внешние, внутренние, массовые, локальные, вербальные, невербальные
					8. Методы производства и распространения информации
					9. Основные функции системы коммуникаций
3	3. Коммуникативные модели	4	2	-	10. Коммуникация как процесс
					11. Структурные компоненты коммуникативной модели
					12. Механистическая модель коммуникации
	4. Формирование информационного пространства	4	4	-	13. Психосемантическая модель коммуникации
					14. Механизмы и инструменты моделирование информационно-коммуникативного пространства.
					15. Символьная и мифологическая коммуникация: компоненты и значения знаков
					16. Получение, хранение, преобразование, передача и использование информации в коммуникационных системах
					17. Обеспечение информационной безопасности систем коммуникации

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практических занятий
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
Итого:		16	10	X	

Лабораторные работы

лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа обучающихся

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	19	22	-	Основные понятия и теории коммуникации	Подготовка к устному опросу
2	2	19	22	-	Типология и функции коммуникации	Подготовка к устному опросу
3	3	19	22	-	Коммуникативные модели	Подготовка к устному опросу
4	4	19	22	-	Формирование Информационного пространства	Подготовка к устному опросу, тесту
5	1-3	-	4	-	Зачет	Подготовка к зачету
Итого:		76	92	-	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов

учебным планом не предусмотрены

7. Контрольные работы

7.1 Методические указания для выполнения контрольных работ

Контрольная работа: методические рекомендации по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор Белоножка М.Л.; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 22 с.

7.2. Тематика контрольных работ

1. Основные направления исследования социальной коммуникации.
2. Перспективы создания мирового виртуального интерактивного пространства.
3. Научный дискурс как коммуникативная единица. Специфика научного дискурса.
4. Современные исследования межличностной коммуникации.
5. Понятие манипуляции и современные тенденции манипулятивного воздействия.
6. Особенности циркуляции информации в малых группах.

7. Основные виды текстов массовой коммуникации.
8. Массовая культура и массовая коммуникация.
9. Различные подходы к описанию функций массовой коммуникации
10. Язык современных российских СМИ.
11. Стереотипы и межкультурное общение.
12. Технологии организации социального взаимодействия через глобальные информационные сети.
13. Психологические проблемы компьютерного общения.
14. Образование и информационная политика государства.
15. Информационный обмен и формирование субкультур (молодежная субкультура).
16. Креативное начало в поиске информации и ее производстве.
17. СМИ как институт коммуникации.
18. Реклама как институт коммуникации.

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Устный опрос по теме	30
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2.1	Устный опрос по теме	30
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30
3 текущая аттестация		
3.1	Устный опрос по теме по теме	30
3.2	Устный опрос по теме по теме	10
3.3	Тест	10
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	ВСЕГО	100

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	Устный опрос по теме	30
2	Устный опрос по теме	30
3	Устный опрос по теме	30
4	Устный опрос по теме	10
5	Тест	10
	ВСЕГО	100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

- 9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы
- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
 - Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
 - Электронно-библиотечная система «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
 - Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
 - Образовательная платформа ЮРАЙТ www.urait.ru
 - Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
 - Национальная электронная библиотека (НЭБ)
 - Библиотеки нефтяных вузов России :
 - Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина <http://elib.gubkin.ru/>,
 - Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета <http://bibl.rusoil.net/> ,
 - Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ <http://lib.ugtu.net/books>
 - Электронная справочная система нормативно-технической документации «Технорматив»
 - ЭКБСОН- информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки.

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

- Microsoft Office Professional Plus;
- Microsoft Windows

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
1	Коммуникации в информационном пространстве	<p>Лекционные занятия: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p> <p>Практические занятия: Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические, лабораторные занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная.</p>	<p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p> <p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p>

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

На практических занятиях обучающиеся знакомятся с содержанием задания, изучают методику и выполняют письменную работу в формате практического задания. Для эффективной работы, обучающиеся должны иметь соответствующие канцелярские принадлежности, конспект лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающиеся могут прибегать к консультациям преподавателя.

Задания для выполнения на практических занятиях, раздаточный и справочный материал обучающиеся получают индивидуально от преподавателя.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) и форм обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 16 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: Коммуникации в информационном пространстве

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Диджитал маркетинг

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	5	6
ПКС-3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКС-3.1 Применяет правовые основы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать 3.1. Гражданское законодательство Российской Федерации	Не знает Гражданское законодательство Российской Федерации	Знает Гражданское законодательство Российской Федерации, допуская ряд ошибок	Знает Гражданское законодательство Российской Федерации, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает Гражданское законодательство Российской Федерации
		Знать 3.2. корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	Не знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность, допуская ряд ошибок	Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает процесс, процедуры, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	5	6
		Уметь У.1 выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	Не умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	Умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями, допуская ряд ошибок	Умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями
	ПКС-3.2 Внедряет проекты и мероприятия при реализации коммуникационных кампаний	Знать 3.3. основы проектной деятельности	Не знает основы проектной деятельности	Знает основы проектной деятельности, допуская ряд ошибок	Знает основы проектной деятельности, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает основы проектной деятельности
		Знать 3.4. основные принципы организации рекламной кампании	Не знает основные принципы организации рекламной кампании	Знает основные принципы организации рекламной кампании, допуская ряд ошибок	Знает основные принципы организации рекламной кампании, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает основные принципы организации рекламной кампании
		Умеет У.2. подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	Не умеет подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	Умеет подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, допуская ряд ошибок	Умеет подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	5	6
		Владеть В.1. процессом организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	Не владеет процессом организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	Владеет осуществлением процессом организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия, допуская ряд ошибок	Владеет процессом организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет процессом организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия

**КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина: Коммуникации в информационном пространстве

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Диджитал маркетинг

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449	ЭР*	25	100	+
2	Курумчина, А. Э. Социокультурные коммуникации. Проекты социальных трансформаций и всемирные выставки : учебное пособие для вузов / А. Э. Курумчина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 119 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10770-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/494864	ЭР*	25	100	+
3	Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496255	ЭР*	25	100	+

*ЭР – электронный ресурс доступный через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>

Лист согласования

Внутренний документ "Коммуникации в информационном пространстве_2022_42.03.01_ДМБ"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Харитоновна Татьяна Александровна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Специалист 2 категории		Зорина Мария Ивановна	Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна		Согласовано
	Директор института	Воронин Александр Владимирович	Харитоновна Татьяна Александровна	Согласовано
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано