


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 24.04.2024 17:15:36
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

УТВЕРЖДАЮ

Председатель КСН

М.Л. Белоножко
«28» 08 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Профессиональная этика в медиапространстве
направление: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
направленность: Цифровые коммуникации и новые медиа
форма обучения: очная / заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 8.06.2020 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Цифровые коммуникации и новые медиа к результатам освоения дисциплины «Профессиональная этика в медиaprостранстве»

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры Маркетинга и муниципального управления
Протокол № 1 от «28» августа 2020 г.

Заведующий кафедрой МиМУ



М.Л. Белоножко

Рабочую программу разработал:



Ю.О.Баикина, доцент кафедры МиМУ, к.с.н, доцент

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: Дать обучающимся ясное представление о месте, которое занимают моральные принципы и ценности в деятельности такого общественно значимого института, как журналистика, в работе каждого отдельного журналиста.

Основными задачами изучения курса являются:

- Формирование у каждого обучающегося стремления найти свой стиль, свои приемы для составления текстов грамотным языком;
- Ознакомление обучающихся с наиболее важными стилями и жанрами русской устной и письменной речи для переработки различных текстов с целью соблюдения профессиональной этики в медиапространстве;
- освоить методику анализа конкретных журналистских текстов, их подготовки с точки зрения соблюдения профессиональной этики, знакомиться и комментировать публикации в профессиональных изданиях на тему морали, материалы судебных разбирательств по вопросам журналистских выступлений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Профессиональная этика в медиапространстве» относится к дисциплинам формируемой участниками образовательного процесса, Элективные дисциплины учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины, обучающиеся должны знать: дисциплину «Современная медиаиндустрия»

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

- основных источников медиаправа, базовые принципы регулирования СМИ в России, этические основы редакционной деятельности, основ авторского права и общих требований к содержанию рекламы в СМИ.

Умения:

- применять массово-информационную этику в своей профессиональной деятельности, осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с этическими нормами, использовать этические нормы в интересах обеспечения граждан необходимой информацией и успешной бесперебойной работы организации СМИ.

Владение:

- навыками применения основных этических принципов в профессиональной деятельности в медиапространстве.

Содержание дисциплины «Профессиональная этика в медиапространстве» служит основой для освоения дисциплин: Реклама и связи с общественностью в цифровой среде, 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
1	2	3
<i>ПКС-1</i> Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПКС-1. 3.1.2. Знает принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ	ПКС-1. 3.1.2. Знает пути взаимодействия с потребителями продукции СМИ.
	ПКС-1. У.1.1. Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ	ПКС-1. 3.1.2. Умеет выделять показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ, применять медиамаркетинг
	ПКС-1. В.1.1. Владеет организацией сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнений потребителей о характеристиках продвигаемой продукции	ПКС-1. В.1.1. Владеет методами изучения лояльности потребителей к продвигаемой им продукции

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 час.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	1/1	34	17	-	57	экзамен
заочная	2/3	8	6	-	85	экзамен

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	Профессиональная этика журналиста как наука и практическая проблема	4	2		6	12	ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. В.1.1.	Дискуссия
2	2	Ключевые понятия курса. О предмете профессиональной этики журналиста	8	3		6	17	ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1.	Презентация Выступления с

№ 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
								В.1.1.	докладами
3	3	Основные нормы и правила профессионально-этического поведения журналиста	8	4		6	18	ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. В.1.1.	Выполнен непрактической работы
4	4	Профессионально-нравственные отношения в журналистике	8	4		6	18	ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. В.1.1.	Презентация Выполнен ие практической работы
5	5	Механизмы саморегулирования медиа пространства	6	4		6	16	ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. В.1.1.	Презентации Выполнен непрактической работы
7	Экзамен					27	27		Экзаменационные вопросы
Итого:			34	17	-	57	108		

Заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.2

№ 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	Профессиональная этика журналиста как наука и практическая проблема	1	1		15	17	ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. В.1.1.	Дискуссия
2	2	Ключевые понятия курса. О предмете профессиональной этики журналиста	1	1		15	17	ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. В.1.1.	Презентация Выступления с докладами
3	3	Основные нормы и правила профессионально-этического поведения журналиста	2	1		20	23	ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. В.1.1.	Выполнен непрактической работы
4	4	Профессионально-нравственные отношения в журналистике	2	1		20	23	ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1.	Презентация Выполнен ие практической

№ 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
								В.1.1.	кой работы
5	5	Механизмы саморегулирования медиа пространства	2	2		15	19	ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. В.1.1.	Презентации Выполнение непрактической работы
7	Экзамен						9		Экзаменационные вопросы
Итого:			8	6	-	85	108		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1 Профессиональная этика журналиста как наука и практическая проблема

Групповая мораль и этика. 2 Социально-профессиональные группы как предмет моральных отношений. Социальные и профессиональные особенности журналистики как деятельности и как специфической формы всеобщего социально-информационного общения. Профессиональная этика как важный регулятор в процессе функционирования журналистики, обеспечивающий соответствие практики журналистики ее социальным и профессиональным обязанностям. Профессиональная мораль как конкретизация общих норм нравственности применительно к особенностям журналистской деятельности. Споры вокруг общего и различного между общественной моралью и профессиональной. Рождение первых профессиональных кодексов и причины их возникновения. Анализ современной профессионально нравственной ситуации в журналистской среде на примере тюменского Центра прикладной этики: XXI век под руководством В.И. Бакштановского. Обзор основных международных кодексов ведущих профессиональных корпораций. Причины, вызывающие изменения в кодексах. Современный журналистский кодекс. Высшая журналистская ценность.

Раздел 2 Ключевые понятия курса. О предмете профессиональной этики журналиста

Понятие деонтологии. Медиаэтика и журналистская этика. Профессиональная этика и профессиональная мораль. Социальные и профессиональные особенности журналистики как деятельности и как специфической формы всеобщего социально-информационного общения. Исходные составляющие профессиональной этики: общественные требования к данному социальному институту, требования, вытекающие из внутренних функционально-сущностных свойств журналистики, правила, установившиеся в ходе журналистской практики. Профессиональная журналистская этика и предмет ее регулирования. Социальная действительность как предмет познания, человек: его конкретная деятельность, мотивы деятельности, субъектно-объектные отношения как важнейшая часть социальной действительности. Журналистский текст как предмет профессиональной этики, требования к журналисту как его создателю. Особый момент в профессионально-этических отношениях: регулирование отношений журналистов с аудиторией и контроль внутрипрофессиональных

отношений. Особая социальная ответственность журналистики в целом и каждого журналиста как результат социальной значимости данного института. Понятие социальной (гражданской) ответственности в журналистике. Его смысл, содержание и место в работе журналиста. Различные трактовки понятия социальная ответственность. Отношение к государству, обществу, нации, группе, личности. Социальная ответственность как ключевое понятие идеологии журналистики и основанного на ней профессионального поведения журналистов

Раздел 3 Основные нормы и правила профессионально-этического поведения журналиста

Понятие профессиональных принципов. Декларирование основных профессиональных принципов в журналистских кодексах. Основные принципы профессиональной этики. Нравственная составляющая как необходимый компонент профессионального поведения журналиста. Требования к журналисту, работающему на предварительном этапе журналистской деятельности – этапе исследования действительности. Особые нормы и правила, касающиеся профессий репортера, журналиста-интервьюера, журналиста-исследователя. Требования, предъявляемые к журналисту в процессе создания текста: учет при создании текста всех значимых событий, мнений, оценок, полученных при изучении действительности. Присутствие основных из этих моментов в тексте; обязательное включение в текст разных точек зрения на событие или проблему; нейтральность собственно журналистского текста при описании фактов, при приведении в материале мнений и оценок действующих лиц; стилистическая нейтральность оценочных суждений журналиста относительно событий и людей; доказательность личного мнения и оценки журналиста. Особого внимания заслуживают те моральные принципы и ценности, которые сопровождают деятельность журналиста – аналитика, исследователя, комментатора событий и ситуаций. Деонтологические документы, регламентирующие журналистскую деятельность. Первый кодекс профессиональной этики в России. Московская хартия журналистов от 4 февраля 1994 г. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. Другие деонтологические документы. Особенности работы журналиста в экстремальных условиях: технология профессионального поведения. Психологические аспекты освещения СМИ чрезвычайных ситуаций. Нормативно-правовые акты, регулирующие поведение журналистов при освещении терактов. Рекомендации Национального антитеррористического комитета

Раздел 4 Профессионально-нравственные отношения в журналистике

Журналист и социальные институты общества. Профессионально-нравственные вопросы взаимоотношений журналиста с обществом. Право знать и границы гласности. 58 статья Закона РФ О СМИ. Отношение с потребителем информации - важнейшее среди производственных связей журналиста. Нравственный смысл отношений журналист-аудитория. Факт и комментарий. Скрытая реклама, созданная журналистами. Истина в журналистике и в PR службах. Скрытая реклама, созданная журналистами. Закон Об информатизации и защите информации от 20 февраля 1995 года. Закон РФ О государственной тайне от 21 июля 1993 года. Положения о коммерческой тайне. Противоречия в законодательстве. Политический подход в 4 13 современной российской журналистике. Профессионально-нравственные отношения журналист-источник информации. Источник информации как объект нравственного отношения репортера. Виды источников информации. Журналистские эксперименты. Использование метода маски и смены профессии. Использование скрытой камеры и диктофона. Покупка информации. Профессионально-нравственные отношения: журналист и его герои. Социальная оценка персонажа. Стереотипизация в оценочном суждении. Нравственный выбор журналиста и социальная оценка персонажа. Общественный интерес и личная жизнь. Различия между общественным интересом и общественным любопытством. Понятие общественной фигуры. Сведения, которые относятся к тем, что порочат честь, достоинство и деловую репутацию гражданина. Ст. 46 Закона О СМИ. Закон О СМИ ст. 57. Понятия клевета и оскорбление.

Досудебные публикации: работа с текстом. Профессионально-нравственные отношения журналист и его коллеги. Служебная этика. Редакционный коллектив и нормы служебной этики. Плагиат в журналистской практике. Профессиональная корпорация: реальность или фантом? Условия существования цивилизованного рынка прессы. Профессионально-нравственные отношения журналист-власть. Нравственная сторона взаимоотношений власти и СМИ. Нормы, регулирующие отношения власти и журналистского сообщества. Опыт национального демократического института США по работе СМИ и власти

Раздел 5 Механизмы саморегулирования медиа пространства

Причины актуализации создания эффективных механизмов саморегулирования СМИ. Первые опыты создания институтов саморегулирования СМИ в мировой и 4 14 отечественной практике. Деонтологические документы различного уровня. Институт омбудсмена в журналистике. Третейский суд и его функциональный потенциал в разрешении спорных вопросов нарушения профессиональной этики. Институт медиакритики.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	4	1	-	Профессиональная этика как важный регулятор в процессе функционирования журналистики, обеспечивающий соответствие практики журналистики ее социальным и профессиональным обязанностям.
2	2	8	1	-	Профессиональная журналистская этика и предмет ее регулирования. Понятие социальной (гражданской) ответственности в журналистике.
3	3	8	2	-	Нравственная составляющая как необходимый компонент профессионального поведения журналиста.
4	4	8	2	-	Журналист и социальные институты общества. Профессионально-нравственные вопросы взаимоотношений журналиста с обществом.
5	5	6	2	-	Причины актуализации создания эффективных механизмов саморегулирования СМИ.
Итого:		34	8	X	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2	1	-	Кризис и распад прежней ценностно-нормативной системы, регулировавшей журналистику на

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
					идеологической основе.
2	2	3	1	-	Ценностная природа категорий «профессиональное достоинство» и «профессиональная честь».
3	3	4	1	-	Законодательные акты, регулирующие конфликтные ситуации между СМИ и гражданами и организациями. Разграничение понятий личная и частая жизнь. Понятие клеветы: трудности интерпретации.
4	4	4	1	-	Нормы, которые регулируют профессионально-нравственные отношения журналиста с источником информации.
5	5	4	2	-	История становления и развития института Третейского суда в журналистской практике.
Итого:		17	6	X	X

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС ¹
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	6	15	-	Профессиональная этика журналиста как наука и практическая проблема	Подготовка презентации Подготовка к выступлению с докладами
2	2	6	15	-	Ключевые понятия курса. О предмете профессиональной этики журналиста	Подготовка презентации Подготовка к выступлению с докладами
3	3	6	20	-	Основные нормы и правила профессионально-этического поведения журналиста	Подготовка к практической работе
4	4	6	20	-	Профессионально-нравственные отношения в журналистике	Подготовка презентации Подготовка к практической работе
5	5	6	15	-	Механизмы саморегулирования медиа пространства	Подготовка презентации Подготовка к практической работе
6		27				Подготовка к экзамену
Итого:		57	85	X	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

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

7.1 Методические указания для выполнения контрольных работ

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены

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	Участие в дискуссии	10
1.2	Готовая презентация по теме	10
1.3	Выступление с докладом	10
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2.1	Готовая презентация по теме	15
2.2	Написание практической работы	15
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30
3 текущая аттестация		
3.1	Написание практических работ	20
3.2	Готовые презентации по темам	20
	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	2	3
1.1	Участие в дискуссии	10
1.2	Готовая презентация по теме	10
1.3	Выступление с докладом	10
2.1	Готовая презентация по теме	15
2.2	Написание практической работы	15
3 текущая аттестация		
3.1	Написание практических работ	20
3.2	Готовые презентации по темам	20
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

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Проспект»;
- ЭБС «Консультант студент»,

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

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Windows 8

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

11. Методические указания по организации СРС

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

11.1. Методические указания по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений магистратуры, заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 26с.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по направлениям магистратуры, всех форм обучения / сост. М.Л. Белоножко, С.С. Ситёва; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019 – 16 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: Профессиональная этика в медиапространстве

Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность : Цифровые коммуникации и новые медиа

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	ПКС-1. 3.1.2. Знает пути взаимодействия с потребителями продукции СМИ.	Не воспроизводит пути взаимодействия с потребителями продукции СМИ.	Воспроизводит пути взаимодействия с потребителями продукции СМИ, допуская ряд ошибок	Воспроизводит пути взаимодействия с потребителями продукции СМИ, допуская незначительные ошибки	Хорошо воспроизводит пути взаимодействия с потребителями продукции СМИ.
	ПКС-1. 3.1.2. Умеет выделять показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ, применять медиамаркетинг	Не умеет выделять показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ, применять медиамаркетинг	Умеет выделять показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ, применять медиамаркетинг, допуская ряд ошибок	Умеет выделять показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ, применять медиамаркетинг, допуская незначительные ошибки	Умеет выделять показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ, применять медиамаркетинг

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	ПКС-1. В.1.1. Владеет методами изучения лояльности потребителей к продвигаемой им продукции	Отсутствуют навыки владения методами изучения лояльности потребителей к продвигаемой им продукции	Владеет методами изучения лояльности потребителей к продвигаемой им продукции , допуская ряд ошибок	Владеет методами изучения лояльности потребителей к продвигаемой им продукции, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет навыками методами изучения лояльности потребителей к продвигаемой им продукции

КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Профессиональная этика в современном медиапространстве
Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность : Цифровые коммуникации и новые медиа

№ 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 ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Бусыгина, М. В. Вербальные характеристики жанра «пресс-релиз» в медиадискурсе : учебное пособие / Бусыгина М. В. - Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, ПринТерра-Дизайн, 2016. - 96 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/66640.html .	ЭР	15	100	+
2	Алферова, Т. Журналистика для здоровья нации : медиакоммуникации и человеческое развитие / Алферова Т. - Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2012. - 384 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/54626.html .	ЭР	15	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоножко

Директор БИК _____



Д.Х. Каюкова