

# МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия»  
кафедра НИЛ политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

Декан Высшей аграрной школы



Белова С.Н.

2023 г.

рабочая программа дисциплины (модуля)

## **Б1.О.06 Коммуникативные технологии в современных медиа**

Учебный план 42.04.01-23-1.plx  
42.04.01 Реклама и связи с общественностью  
Квалификация **Магистр**  
Форма обучения **очная**  
Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**  
Часов по учебному плану 144

Виды контроля в семестрах:

зачеты с оценкой - 2

в том числе:

контактная работа 50

самостоятельная работа 94

часы на контроль

### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>. <Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	19 1/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Семинарские занятия	32	32	32	32
Консультации	2	2	2	2
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	50	50	50	50
Сам. работа	94	94	94	94
Итого	144	144	144	144

Кемерово 2023 г.

Программу составил(и):

докт.полит.наук, проф., Матвеева Елена Викторовна



Рабочая программа дисциплины

**Коммуникативные технологии в современных медиа**

разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

составлена на основании учебного плана:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 16.02.2023 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**НИЛ политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью**

Протокол №1 от 01 марта 2023 г.

Срок действия программы: 2023-2025 уч.г.

Зав. лабораторий  Матвеева Е.В.

Рабочая программа одобрена и утверждена комиссией  
экспертного совета высшей аграрной школы

Протокол № 5 от 20 марта 2023 г.

Председатель комиссии



Белова С.Н.

---

---

### **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры нил политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью

подпись      расшифровка

### **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры нил политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью

подпись      расшифровка

### **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры нил политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью

подпись      расшифровка

### **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры нил политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью

подпись      расшифровка

### 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины - подготовка специалистов, способных отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии для создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и иных коммуникационных продуктов

Задачи дисциплины:

- применять практические навыки восприятия, понимания и анализа устной и письменной речи на русском и иностранном языках, основными дискурсивными способами реализации коммуникативных целей высказывания;
- представлять результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные, эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях.
- использовать языковые нормы русского языка, иностранный язык для чтения необходимой литературы профессионального общения в объеме, достаточном для чтения, общения с ньюсмейкерами, поиска необходимой информации в Интернете и работы в сети, профессиональной коммуникации;
- создавать медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты при помощи современных цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения;
- применять навыки агрегации, переупаковки и ретрансляции информации, полученной из Интернета, от информационных агентств, аудитории, органов управления, неправительственных организаций, служб изучения общественного мнения, пиар-агентств;
- использовать современное цифровое оборудование в коммуникационной деятельности.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ УЧЕБНОГО ПЛАНА

Цикл (раздел) ОП:	
<b>2.1</b>	<b>Входной уровень знаний:</b>
2.1.1	Межкультурное взаимодействие и коммуникации
2.1.2	Аграрная политика РФ
2.1.3	Деловые и научные коммуникации на иностранном языке
2.1.4	Информационная политика России
2.1.5	Основы теории коммуникаций
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Научно-исследовательская работа
2.2.2	Копирайтинг и редактирование текстов интернет-изданий
2.2.3	Профессиональная стилистика и веб-дизайн в работе с интернет-изданиями
2.2.4	Профессионально-творческая практика
2.2.5	Преддипломная практика
2.2.6	Социальные сети и традиционные СМИ в рекламе и связях с общественностью
2.2.7	Технологии GR-деятельности в России
2.2.8	Взаимодействие пресс-служб муниципалитетов и информационных редакций ТВ

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**ОПК-6 ИД-1: Создает медиатексты, медиа-продукты и коммуникационные продукты при помощи современных цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения**

**Знать:**

Уровень 1	характеристики современных технических средств и возможности информационно-коммуникационных технологий в сфере медиапроизводства
-----------	--

**Уметь:**

Уровень 1	отбирать эффективные цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение для процесса медиапроизводства
-----------	--

**Владеть:**

Уровень 1	способностью создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов при помощи современных цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения
-----------	--

**ОПК-6 ИД-2: Применяет методы агрегации, переупаковки и ретрансляции информации, полученной из Интернета, от информационных агентств, аудитории, органов управления, неправительственных организаций, служб изучения общественного мнения, пиар-агентств**

**Знать:**

Уровень 1	способы отслеживания глобальных тенденций модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности
-----------	--

<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	отбирать и внедрять в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	методами агрегации, переупаковки и ретрансляции информации, полученной из Интернета, от информационных агентств, аудитории, органов управления, неправительственных организаций, служб изучения общественного мнения, пиар-агентств

**ОПК-6 ИД-3: Использует современное цифро-вое оборудование в коммуника-ционной деятельности**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	основы современных интернет-технологий коммуникационной деятельности
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	применять методы аналитической работы с большими объемами информации (Big Data)
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	способностью использовать современное цифровое оборудование в коммуникационной деятельности

**ОПК-1 ИД-2: Использует языковые нормы русского языка, иностранный язык для чтения необходимой литературы профессионально-го общения в объеме, доста-точном для чтения, общения с ньюсмейкерами, поиска необхо-димой информации в Интере-те и работы в сети, профессио-нальной коммуникации**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	организационные принципы и параметры работы с медиатекстами, медиапродуктами и коммуникационные продукты
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	разрабатывать организационный план производства медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	языковыми нормами русского языка, иностранным языком для чтения необходимой литературы профессионального общения в объеме, достаточном для чтения, общения с ньюсмейкерами, поиска необходимой информации в Интернете и работы в сети, профессиональной коммуникации

**УК-4 ИД-2: Осуществляет академическое и профессиональное взаимодей-ствие, в том числе на иностран-ном языке, используя современные коммуникативные технологии**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	профессиональную этику и средства ведения академической и профессиональной переписки и делового общения на русском и изучаемом иностранном языке
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	вести диалог, переговоры и деловую переписку на русском и иностранном языке для академического и профессионального взаимодействия
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	навыками восприятия, понимания и анализа устной и письменной речи на русском и иностранном языках, основными дискурсивными способами реализации коммуникативных целей высказывания

**УК-4 ИД-3: Представляет результаты ака-демической и профессиональной деятельности на различных науч-ных мероприятиях, включая международные, демонстрирует интегративные умения, необхо-димые для эффективного участия в академических и профессио-нальных дискуссиях**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	формы речевого общения для выражения различных коммуникативных намерений, а также для формулирования своей точки зрения
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	адаптироваться к условиям работы и осуществлять профессиональную деятельность в составе многоэтнических и интернациональных групп
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	навыками представления результатов академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая меж-дународные, эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	- профессиональную этику и средства ведения академической и профессиональной переписки и делового общения на русском и изучаемом иностранном языке;

3.1.2	- формы речевого общения для выражения различных коммуникативных намерений, а также для формулирования своей точки зрения;
3.1.3	- организационные принципы и параметры работы с медиатекстами, медиапродуктами и коммуникационные продукты;
3.1.4	- характеристики современных технических средств и возможности информационно-коммуникационных технологий в сфере медиапроизводства;
3.1.5	- способы отслеживания глобальных тенденций модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности;
3.1.6	- основы современных интернет-технологий коммуникационной деятельности.
<b>3.2 Уметь:</b>	
3.2.1	- вести диалог, переговоры и деловую переписку на русском и иностранном языке для академического и профессионального взаимодействия;
3.2.2	- адаптироваться к условиям работы и осуществлять профессиональную деятельность в составе многоэтнических и интернациональных групп;
3.2.3	- разрабатывать организационный план производства медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов;
3.2.4	- отбирать эффективные цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение для процесса медиапроизводства;
3.2.5	- отбирать и внедрять в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение;
3.2.6	- применять методы аналитической работы с большими объемами информации (Big Data).
<b>3.3 Владеть:</b>	
3.3.1	- навыками восприятия, понимания и анализа устной и письменной речи на русском и иностранном языках, основными дискурсивными способами реализации коммуникативных целей высказывания;
3.3.2	- навыками представления результатов академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные, эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях;
3.3.3	- языковыми нормами русского языка, иностранным языком для чтения необходимой литературы профессионального общения в объеме, достаточном для чтения, общения с ньюсмейкерами, поиска необходимой информации в Интернете и работы в сети, профессиональной коммуникации;
3.3.4	- способностью создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов при помощи современных цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения;
3.3.5	- методами агрегации, переупаковки и ретрансляции информации, полученной из Интернета, от информационных агентств, аудитории, органов управления, неправительственных организаций, служб изучения общественного мнения, пиар-агентств;
3.3.6	- способностью использовать современное цифровое оборудование в коммуникационной деятельности.
3.3.7	

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код зан.	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Уровень сформ-ти комп.	Акт. и инт. формы обуч-я.	Литература	Формы контроля
	<b>Раздел 1. Массовые коммуникации как основа коммуникативных технологий</b>							
1.1	1.1 Основные черты информационного общества /Лек/	2	2	УК-4.2	УК-4 (2)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.2	1.1 Основные черты информационного общества /Ср/	2	4	УК-4.2	УК-4 (2)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.3	1.2 Риски информационного общества /Сем зан/	2	2	УК-4.2	УК-4 (2)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.4	1.2 Риски информационного общества /Ср/	2	4	УК-4.2	УК-4 (2)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	

1.5	1.3 Новые медиа. Web 2.0 /Лек/	2	2	УК-4.2	УК-4 (2)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.6	1.3 Новые медиа. Web 2.0 /Сем зан/	2	2	УК-4.2	УК-4 (2)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.7	1.3 Новые медиа. Web 2.0 /Ср/	2	4	УК-4.2	УК-4 (2)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.8	1.4 Традиционные СМИ сегодня /Сем зан/	2	2	УК-4.2	УК-4 (2)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.9	1.4 Традиционные СМИ сегодня /Ср/	2	4	УК-4.2	УК-4 (2)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.10	1.5 Формирование информационного пространства /Сем зан/	2	2	УК-4.2	УК-4 (2)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.11	1.5 Формирование информационного пространства /Ср/	2	4	УК-4.2	УК-4 (2)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.12	1.6 Истоки медиатехнологий /Сем зан/	2	2	УК-4.2	УК-4 (2)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.13	1.6 Истоки медиатехнологий /Ср/	2	4	УК-4.2	УК-4 (2)	4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.14	1.7 Технологические основания информационного общества и его обеспечение /Лек/	2	2	УК-4.2	УК-4 (2)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.15	1.7 Технологические основания информационного общества и его обеспечение /Ср/	2	4	УК-4.2	УК-4 (2)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
	<b>Раздел 2. Продвижение коммуникативных технологий в социальных медиа</b>							
2.1	2.1 Коммуникативные технологии: разновидности, особенности, методы /Лек/	2	2	УК-4.3	УК-4 (3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.2	2.1 Коммуникативные технологии: разновидности, особенности, методы /Сем зан/	2	2	УК-4.3	УК-4 (3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.3	2.1 Коммуникативные технологии: разновидности, особенности, методы /Ср/	2	4	УК-4.3	УК-4 (3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.4	2.2 Создание легенды /Сем зан/	2	2	УК-4.3	УК-4 (3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.5	2.2 Создание легенды /Ср/	2	4	УК-4.3	УК-4 (3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.6	2.3 Участие в социальных проектах /Сем зан/	2	2	УК-4.3	УК-4 (3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.7	2.3 Участие в социальных проектах /Ср/	2	4	УК-4.3	УК-4 (3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.8	2.4 Современные гуманитарные и политические технологии: от "социологической пропаганды" к "мягкой силе" /Сем зан/	2	2	УК-4.3	УК-4 (3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	

2.9	2.4 Современные гуманитарные и политические технологии: от "социологической пропаганды" к "мягкой силе" /Ср/	2	4	УК-4.3	УК-4 (3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.10	2.5 Информационные фреймы и технологии медиафреймирования /Лек/	2	2	УК-4.3	УК-4 (3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.11	2.5 Информационные фреймы и технологии медиафреймирования /Сем зан/	2	2	УК-4.3	УК-4 (3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.12	2.5 Информационные фреймы и технологии медиафреймирования /Ср/	2	4	УК-4.3	УК-4 (3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.13	2.6 Коммуникативные технологии брендинга и массовое сознание /Лек/	2	2	УК-4.3	УК-4 (3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.14	2.6 Коммуникативные технологии брендинга и массовое сознание /Ср/	2	4	УК-4.3	УК-4 (3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.15	2.7 Взаимодействие с госструктурами и лоббизм /Сем зан/	2	2	УК-4.3	УК-4 (3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.16	2.7 Взаимодействие с госструктурами и лоббизм /Ср/	2	4	УК-4.3	УК-4 (3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
	<b>Раздел 3. Деловая репутация как канал информации и управленческая технология</b>							
3.1	3.1 Роль деловой репутации в коммуникативных технологиях /Лек/	2	2	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
3.2	3.1 Роль деловой репутации в коммуникативных технологиях /Ср/	2	4	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)	4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
3.3	3.2 Управление деловой репутацией и репутационный менеджмент /Сем зан/	2	2	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
3.4	3.2 Управление деловой репутацией и репутационный менеджмент /Ср/	2	4	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
3.5	3.3 Репутация как корпоративный бренд /Сем зан/	2	2	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
3.6	3.3 Репутация как корпоративный бренд /Ср/	2	4	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
3.7	3.4 Взаимосвязь имиджа и репутации /Сем зан/	2	2	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
3.8	3.4 Взаимосвязь имиджа и репутации /Ср/	2	4	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
3.9	3.5 Конвертация деловой репутации в прибыль компании /Сем зан/	2	2	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
3.10	3.5 Конвертация деловой репутации в прибыль компании /Ср/	2	4	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
3.11	3.6 Информационная политика и деловая коммуникация /Сем зан/	2	1	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
3.12	3.6 Информационная политика и деловая коммуникация /Ср/	2	9	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	

3.13	3.7 Целевая аудитория и управленческие технологии /Лек/	2	2	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
3.14	3.7 Целевая аудитория и управленческие технологии /Сем зан/	2	1	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
3.15	3.7 Целевая аудитория и управленческие технологии /Ср/	2	9	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
3.16	/Конс/	2	2			2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
3.17	/ЗачётСОц/	2	0				Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Вопросы к зачету:

1. Современная коммуникация и ее модели. Способы организации коммуникации.
2. Виды организации коммуникативного пространства: символическая, визуальная, мифологическая, риторическая и другие.
3. Понятие коммуникативной технологии. Палитра коммуникативных технологий в рамках современных Media Relations, интегрированные коммуникации.
4. Базовые исследовательские дисциплины и базовая прикладная деятельность для освоения современных коммуникативных технологий.
5. Роль методов манипуляции в современном коммуникативном воздействии на аудиторию.
6. Допустимые и недопустимые формы манипуляция, их ведущие приемы.
7. Антимедиальные и альтернативные практики в массовой культуре.
8. Понятие постправды. Постправда в контексте политического дискурса и СМИ.
9. Отличие постправды от лжи, ее основные характеристики как коммуникативной технологии.
10. Критическое мышление и его отличие от идеологического мышления. Критическое мышление и логическое мышление, способы верификации информации (у Д. Левитина).
11. Понятие социологической пропаганды в эпоху холодной войны, пропаганда «образа жизни».
12. Отличия социологической пропаганды от мягкой силы, понятие мягкой силы (у Дж. Ная).
13. Институты, технологии и коммуникации мягкой силы.
14. Мягкая сила на постсоветском пространстве как коммуникативный инструмент продвижения национальных и глобальных интересов.
15. Мягкая сила в контексте информационных войн.
16. Понятие информационного фрейма.
17. Фрейм и новостная повестка, фреймирование общественного сознания в медиа.
18. Установление повестки дня, теория каскадной активации (у М. Кастельса), прайминг, медиафрейминг. Фрейминг и цензура в СМИ на примере информационных и политических кампаний.
19. Понятие бренда и брендинга.
20. Составляющие брендинга: идентичность бренда, образ бренда, цель бренда.
21. Брендинг в корпоративной, политической и социальной среде, национальный брендинг и мягкая сила. Критика корпоративных и политических брендов у Н. Кляйн.
22. Политическая репрезентация в системе политической коммуникации, политический брендинг.
23. Предвыборная кампания Барака Обамы 2008 года, «дизайн для Обамы», формирование нового облика политика.
24. Выборы в США 2016 года и политическая дизайнрепрезентация.
25. Анализ политических кампаний в России.
26. Телевизионное реалитишоу, новые медиа и возможности Periscope и YouTube трансляциям.
27. Репрезентация насилия, терроризма и войны в условиях развития сетевых паноптических технологий.
28. Феномен современных интернет-коммуникаций и новых медиа в контексте отношения власти и общества.
29. Мониторная демократия, смена иерархических моделей в социальных медиа в информационном обществе.
30. Концепция цифрового мира и цифровые кочевники. Большие данные и управление сложными социальными системами.

### 6. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

#### 6.1 Перечень программного обеспечения

Офисный пакет LibreOffice  
Браузер Mozilla Firefox

#### 6.2 Перечень информационных справочных систем

ЭБС "Земля знаний"  
"Консультант Плюс" - законодательство РФ

<b>7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>			
<b>Номер ауд.</b>	<b>Назначение</b>	<b>Оборудование и ПО</b>	<b>Вид занятия</b>
1325	Учебная аудитория для проведения учебных занятий	Специализированная мебель: столы ученические – 31 шт., стулья – 53 шт. Технические средства обучения: проектор – 1 шт., экран – 1 шт., комплект звукового оборудования – 1 шт., ПК Системный блок А – 1 шт., доска меловая – 1 шт., учебно-наглядные пособия.	
1102	Помещение для самостоятельной работы с выходом в сеть "Интернет" и доступом в электронную информационно-образовательную среду ФГБОУ ВО Кузбасская ГСХА	столы ученические – 37 шт., стулья – 74. ПК Системный блок А – 12 шт.	

<b>8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>			
<b>8.1. Рекомендуемая литература</b>			
<b>8.1.1. Основная литература</b>			
	<b>Авторы, составители</b>	<b>Заглавие</b>	<b>Издательство, год</b>
Л1.1	С. Е. Кузенко	Коммуникативные технологии межкультурного взаимодействия и саморазвитие: Учебное пособие	Уфа : УГНТУ, 2020
Л1.2	Э. С. Гареев, Н. Э. Валитова, Е. Г. Костылева	Коммуникативные технологии межкультурного взаимодействия и саморазвитие : Учебное пособие	Уфа: УГНТУ, 2021
<b>8.1.2. Дополнительная литература</b>			
	<b>Авторы, составители</b>	<b>Заглавие</b>	<b>Издательство, год</b>
Л2.1	А. А. Теплицкая	Обучение языковой теории на основе современных медиатекстов. Лексикология: Учебное пособие	Москва: ФЛИНТА, 2019
Л2.2	составители Ю. И. Сидоренко [и др.]	Коммуникативные технологии: Методические указания	пос. Каравaeво : КГСХА, 2020

<b>9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>			

