

# МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия»  
кафедра Высшая аграрная школа

УТВЕРЖДАЮ

Декан Высшей аграрной школы



Белова С.Н.

2023 г.

рабочая программа дисциплины (модуля)

## Коммуникативные технологии в современных медиа

Учебный план

oz42.04.01-23-1MP.plx

Квалификация

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Магистр

Форма обучения

очно-заочная

Общая трудоемкость

4 ЗЕТ

Часов по учебному плану

144

Виды контроля в семестрах:

в том числе:

зачеты с оценкой - 3

контактная работа

30

самостоятельная работа

114

часы на контроль

### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	14 4/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	14	14	14	14
Семинарские занятия	14	14	14	14
Консультации	2	2	2	2
Итого ауд.	28	28	28	28
Контактная работа	30	30	30	30
Сам. работа	114	114	114	114
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 высшая аграрная школа

Протокол №\_\_\_\_от \_\_\_\_\_2024 г.

Зав. кафедрой высшая аграрная школа

\_\_\_\_\_

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 высшая аграрная школа

Протокол №\_\_\_\_от \_\_\_\_\_2025 г.

Зав. кафедрой высшая аграрная школа

\_\_\_\_\_

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 высшая аграрная школа

Протокол №\_\_\_\_от \_\_\_\_\_2026 г.

Зав. кафедрой высшая аграрная школа

\_\_\_\_\_

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 высшая аграрная школа

Протокол №\_\_\_\_от \_\_\_\_\_2027 г.

Зав. кафедрой Высшая аграрная школа

\_\_\_\_\_

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-6.1: 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-6.2: 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-6.3: 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-1.2: 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-4.2: 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-4.3: 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</b>	<b>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</b>	<b>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/	3	1	УК-4.2	УК-4 (2)	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.2	1.1 Основные черты информационного общества /Ср/	3	6	УК-4.2	УК-4 (2)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.3	1.2 Риски информационного общества /Сем зан/	3	0,5	УК-4.2	УК-4 (2)	0,5	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.4	1.2 Риски информационного общества /Ср/	3	6	УК-4.2	УК-4 (2)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	

1.5	1.3 Новые медиа. Web 2.0 /Лек/	3	1	УК-4.2	УК-4 (2)	1	Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
1.6	1.3 Новые медиа. Web 2.0 /Сем зан/	3	0,5	УК-4.2	УК-4 (2)	0,5	Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
1.7	1.3 Новые медиа. Web 2.0 /Ср/	3	6	УК-4.2	УК-4 (2)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
1.8	1.4 Традиционные СМИ сегодня /Ср/	3	6	УК-4.2	УК-4 (2)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
1.9	1.4 Традиционные СМИ сегодня /Сем зан/	3	0,5	УК-4.2	УК-4 (2)	0,5	Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
1.10	1.5 Формирование информационного пространства /Сем зан/	3	0,5	УК-4.2	УК-4 (2)	0,5	Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
1.11	1.5 Формирование информационного пространства /Ср/	3	6	УК-4.2	УК-4 (2)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
1.12	1.6 Истоки медиатехнологий /Сем зан/	3	0,5	УК-4.2	УК-4 (2)	0,5	Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
1.13	1.6 Истоки медиатехнологий /Ср/	3	6	УК-4.2	УК-4 (2)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
1.14	1.7 Технологические основания информационного общества и его обеспечение /Лек/	3	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/	3	5	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/	3	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/	3	0,5	УК-4.3	УК-4 (3)	0,5	Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
2.3	2.1 Коммуникативные технологии: разновидности, особенности, методы /Ср/	3	5	УК-4.3	УК-4 (3)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
2.4	2.2 Создание легенды /Сем зан/	3	1	УК-4.3	УК-4 (3)	1	Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
2.5	2.2 Создание легенды /Ср/	3	5	УК-4.3	УК-4 (3)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
2.6	2.3 Участие в социальных проектах /Сем зан/	3	1	УК-4.3	УК-4 (3)	1	Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
2.7	2.3 Участие в социальных проектах /Ср/	3	5	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/	3	1	УК-4.3	УК-4 (3)	1	Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	

2.9	2.4 Современные гуманитарные и политические технологии: от "социологической пропаганды" к "мягкой силе" /Ср/	3	5	УК-4.3	УК-4 (3)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
2.10	2.5 Информационные фреймы и технологии медиафреймирования /Лек/	3	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/	3	1	УК-4.3	УК-4 (3)	1	Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
2.12	2.5 Информационные фреймы и технологии медиафреймирования /Ср/	3	5	УК-4.3	УК-4 (3)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
2.13	2.6 Коммуникативные технологии брендинга и массовое сознание /Лек/	3	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/	3	5	УК-4.3	УК-4 (3)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
2.15	2.7 Взаимодействие с госструктурами и лоббизм /Сем зан/	3	1	УК-4.3	УК-4 (3)	1	Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
2.16	2.7 Взаимодействие с госструктурами и лоббизм /Ср/	3	5	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/	3	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/	3	4	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
3.3	3.2 Управление деловой репутацией и репутационный менеджмент /Сем зан/	3	1	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)	1	Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
3.4	3.2 Управление деловой репутацией и репутационный менеджмент /Ср/	3	4	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
3.5	3.3 Репутация как корпоративный бренд /Сем зан/	3	1	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)	1	Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
3.6	3.3 Репутация как корпоративный бренд /Ср/	3	4	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
3.7	3.4 Взаимосвязь имиджа и репутации /Сем зан/	3	1	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)	1	Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
3.8	3.4 Взаимосвязь имиджа и репутации /Ср/	3	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/	3	1	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)	1	Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
3.10	3.5 Конвертация деловой репутации в прибыль компании /Ср/	3	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/	3	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/	3	9	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	



3.13	3.7 Целевая аудитория и управленческие технологии /Лек/	3	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/	3	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/	3	9	ОПК-1.2	ОПК-1 (2)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2
3.16	/Конс/	3	2			2	Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2
3.17	/ЗачётСОц/	3					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

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

<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. Караваево : КГСХА, 2020

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

