


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

УТВЕРЖДЕНО
 решением Ученого совета
 факультета культуры и искусства
 от «20» мая 2022 г., протокол №12/243

Председатель  /Н.С. Сафронов/
 (подпись)
 «20» мая 2022 г. Зав. кафедрой дизайна и
 искусства интерьера факультета
 культуры и искусства
 Е.Л.Силантьева (по доверенности
 № 2644/08 от 13.09.2021г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Современные медиакоммуникации
Факультет	Факультет культуры и искусства
Кафедра	Кафедра журналистики, филологии, документоведения и библиотекovedения
Курс	2

Направление (специальность): **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
 (бакалавриат)

(код направления (специальности), полное наименование)

Направленность (профиль/специализация): **Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях**

(полное наименование)

Форма обучения: **очная, заочная**

(очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются))

Дата введения в учебный процесс УлГУ: **«01» сентября 2022 г.**


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №10 от 15.05.2023 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Игнатъева Олеся Владимировна	Кафедра журналистики, филологии, документоведения и библиотекovedения	Доцент, кандидат педагогических наук, доцент

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой журналистики, филологии, документоведения и библиотекovedения
 (подпись) /О.Р. Самарцев/ (ФИО) «18» мая 2022 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: сформировать у студентов гуманитарного образовательного профиля комплексные представления о медиакоммуникациях как системе производства и распространения, обмена и потребления социально значимой информации по масс-медийным и интермедийным каналам коммуникации.

Задачи освоения дисциплины:

- представить различные трактовки коммуникации, существующие в современном научном дискурсе;
- исследовать концепции средств массовой коммуникации и их роли в коммуникативном процессе;
- обозначить функции коммуникации в современной социокультурной практике;
- изучить основы теории и практики медиакоммуникации в широком научном контексте (социологический, экономический, деонтологический, семиотический аспекты);
- определить научный аппарат современной медиакоммуникативистики, методы исследования медиакоммуникаций;
- рассмотреть основные уровни социальной коммуникации, специфику коммуникаций в различных сферах социальной жизни;
- выработать умения и навыки эффективного взаимодействия, определяющие высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

Учебная дисциплина «Современные медиакоммуникации» знакомит студентов с процессами реализации медиакоммуникаций, условиями и закономерностями их эффективного протекания, формирует навыки комплексного исследования современной информационно-коммуникационной среды для реализации плодотворного общения в различных типах социальных взаимодействий, что создает базу для применения изученного материала на практике.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП


Дисциплина «Современные медиакоммуникации» изучается в 4-ом семестре 2-ого курса и относится к обязательной части блока базовых дисциплин учебного плана.

Изучение учебной дисциплины происходит параллельно с получением компетенций в процессе освоения таких дисциплин, как «Современные медиаизмерения».

Дисциплина «Современные медиакоммуникации» базируется на отдельных компонентах компетенций, сформированных у обучающихся в ходе изучения предшествующих учебных дисциплин учебного плана:

Иностранный язык
История
Русский язык и культура речи
Межкультурные коммуникации
Теоретические основы редактирования текста
Основы теории коммуникации
Социальные институты и процессы
Психология и педагогика
Философия
Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью

Результаты освоения дисциплины «Современные медиакоммуникации» будут необходимы для дальнейшего процесса обучения в рамках поэтапного формирования

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

компетенций при изучении следующих специальных дисциплин:

Предпрофессиональный электив. Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью
Научно-исследовательская работа
Преддипломная практика
Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы


3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИД-1 ук4 Знать: принципы и методы деловой коммуникации в устной и письменной форме. ИД-2 ук4 Уметь: анализировать и формулировать актуальные проблемы общества, выявлять главные (ключевые) аспекты проблемы, использовать многообразие языковых методов выражения смыслов и идей, использовать методы психологии коммуникативного взаимодействия. ИД-1 ук4 Владеть: навыками устной и письменной речи, лексикой и стилистикой родного (иностранного) языка. Навыками построения эффективного взаимодействия с аудиторией.
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИД-1 ук5 Знать: закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте. ИД-2 ук5 Уметь: понимать и воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. ИД-3 ук5 Владеть: знаниями и навыками практического применения принципов межкультурного разнообразия общества для формирования форм межкультурной коммуникации и освещения соответствующих тем в деятельности журналиста.

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) – 2 ЗЕТ.


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах):

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения – очная)				
	Всего по плану	в т.ч. по семестрам			
		1	2	3	4
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	32	-	-	-	32/32*
Аудиторные занятия:					
• лекции	16	-	-	-	16/16*
• семинары и практические занятия	16	-	-	-	16/16*
• лабораторные работы, практикумы	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа	40	-	-	-	40
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	тестирование, опрос (устный или письменный)	-	-	-	тестирование, опрос (устный или письменный)
Курсовая работа	-	-	-	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	-	-	-	зачет
Всего часов по дисциплине	72	-	-	-	72

*В случае необходимости использования в учебном процессе частично / исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указано количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения.

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения – заочная)				
	Всего по плану	в т.ч. по семестрам			
		1	2	3	4
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	8	-	-	-	8
Аудиторные занятия:					
• лекции	4	-	-	-	4
• семинары и практические занятия	4	-	-	-	4
• лабораторные работы, практикумы	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа	60	-	-	-	60
Форма текущего контроля знаний и контроля	тестирование,	-	-	-	тестирование,


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	опрос (устный или письменны й)				опрос (устный или письменн ый)
Курсовая работа	-	-	-	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет 4	-	-	-	зачет 4
Всего часов по дисциплине	72	-	-	-	72

4.3. Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения – *очная*


Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	практические занятия, семинары	лабораторные работы, практикумы			
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций.	8	2	2	-	-	4	Опрос (устный / письменный)
Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.	8	2	2	-	-	4	Опрос (устный / письменный)
Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.	8	2	2	-	-	4	Опрос (устный / письменный)
Тема 4. Экономика массовых коммуникаций.	8	2	2	-	-	4	Тестирование
Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации.	10	2	2	-	-	6	Опрос (устный / письменный), тестирование
Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика.	10	2	2	-	-	6	Опрос (устный / письменный)
Тема 7. Медиапотребление как индикатор	10	2	2	-	-	6	Опрос (устный / письменный)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

информационного поведения массовой аудитории.							
Тема 8. Медиаинформационная грамотность.	10	2	2	-	-	6	Опрос (устный / письменный), дискуссия
ИТОГО:	72 (32)	16	16	-	-	40	

Форма обучения – заочная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	практические занятия, семинары	лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций.	7	0,5	0,5	-	-	6	Опрос (устный / письменный)
Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.	7	0,5	0,5	-	-	6	Опрос (устный / письменный)
Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.	9	0,5	0,5	-	-	8	Опрос (устный / письменный)
Тема 4. Экономика массовых коммуникаций.	9	0,5	0,5	-	-	8	Тестирование
Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации.	9	0,5	0,5	-	-	8	Опрос (устный / письменный), тестирование
Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика.	9	0,5	0,5	-	-	8	Опрос (устный / письменный)
Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.	9	0,5	0,5	-	-	8	Опрос (устный / письменный)
Тема 8.	9	0,5	0,5	-	-	8	Опрос

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Медиаинформационная грамотность.							(устный / письменный), дискуссия
ИТОГО:	68	4	4	-	-	60	

***68+3 (конроть)=72**

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций.

Содержание темы:

Понятие «коммуникация» в современном научном знании. Функции коммуникации. Информация в коммуникации. Потенциальная и принятая информация. Субстанциональные, функциональные и атрибутивные концепции информации. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций. Современное медиапространство России, его особенности и тренды.

Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.

Содержание темы:

Социальная система и коммуникация. Коммуникация как субъект-субъектное взаимодействие. Коммуникация как процесс социального взаимодействия людей, взятый в знаковой форме. Коммуникатор, информатор, реципиент как участники массово-информационного взаимодействия. Обмен в коммуникации как обмен сообщениями. Обратная связь в коммуникативных взаимодействиях. Массовая информация, массовая коммуникация, средства массовой коммуникации, масс-медиа, средства массовой информации: соотношение понятий. Массовое сознание и его составляющие. Событие, ситуация и личность как предметы отображения в журналистике. Эффективность и действенность масс-медиа.

Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.

Содержание темы:

Традиционные и новые медиа. Ведущие поисковые информационные системы. Развитие альтернативных источников сетевой информации: новостных агрегаторов, блогов, социальных сетей.

Тема 4. Экономика массовых коммуникаций.

Содержание темы:

Ресурсы информационного производства. Организация дистрибуции массово-информационного контента.

Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации.


Содержание темы:

Базовые принципы работы с информацией. Получение и использование сведений в массово-информационных целях: границы допустимого. Охрана интеллектуальной собственности в сфере информации.

Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика.

Содержание темы:

Аудитория как объект и субъект медиакоммуникации. Информационные потребности и интересы массовой аудитории. Требования потребителя к качеству получаемой массовой информации. Таргетинг. Подходы к сегментации аудитории: ранжирование аудитории по типу медиа, каналу, контенту. Универсальные и специализированные медиаплощадки. Методы исследования аудитории. Цели и

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

инструменты измерения аудитории СМИ. Проблемы медиаметрии. Медиаанализ и медиапланирование.

Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.

Содержание темы:

Субъект медиапотребления как идентифицируемая личность с уникальными информационными запросами. Модели медиапотребления. Традиционная «линейная» модель. Площадки «нелинейного» медиапотребления: агрегаторы, видеохостинги, социальные сети, электронные версии традиционных изданий.

Практика использования аудиторией нескольких технологических устройств в процессе медиапотребления. Трансформация моделей медиапотребления в системе социальных медиа. Явление «двоянного экрана». UGC (пользовательский контент) и потребитель как производитель контента.

Тема 8. Медиаинформационная грамотность.

Содержание темы:

Факт, фактоид, фейковая новость. Троллинг, пранкинг. Подходы к выявлению фейковой информации. Верификация данных: технологии фактчекинга. Теории медиаэкологии, медиабезопасности, медиаобразования.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ


Тестовые задания.

Ниже приводятся примерные варианты тестовых заданий.

ТЕСТ № 1

по теме № 4: «Экономика массовых коммуникаций»

- Способность товара удовлетворять информационную потребность покупателя называется:
 - затратами труда;
 - ценой товара;
 - потребительской стоимостью.
- Покупатель информации, получающий сведения, знания и оценки, помогающие ему ориентироваться в действительности, – это:
 - производитель информации;
 - потребитель информации.
- К традиционным производителям информации можно отнести следующих лиц:
 - читателя;
 - журналиста;
 - владельца СМИ;
 - всех перечисленных.
- Обмен между производителями журналистской информации и ее потребителями – это:
 - рыночные отношения;
 - купля-продажа материально-технических средств редакции;
 - составление договора на оказание информационных услуг.
- С усилением информационных потребностей определенных общественных групп спрос на продукцию СМИ:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- a. возрастает;
- b. снижается.


ТЕСТ № 2

по теме № 5: «Этико-правовые основы производства массовой информации»

1. Может ли служить основанием для признания или непризнания человека журналистом отсутствие у него специального образования, стажа работы по специальности, членства в профессиональном союзе, гражданства и других персональных и социальных характеристик?
 - a. да;
 - b. нет.
2. Что представляет собой информация, отнесенная к разряду конфиденциальной?
 - a. общеизвестные сведения, доступ к которым и распоряжение которыми исключают необходимость получать чье-либо разрешение или приводить дополнительные доказательства их подлинности, правдивости;
 - b. особо охраняемые сведения в области военной, внешнеполитической, внешнеэкономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности государства, распространение которых может нанести ущерб его безопасности;
 - c. сведения, доступ к которым ограничен в целях соблюдения прав и законных интересов лиц, являющихся их владельцами, источниками или субъектами.
3. Что из перечисленного ниже, на Ваш взгляд, может подробно охарактеризовать основную цель и смысл проведения процедуры аккредитации?
 - a. признание права журналиста на сбор и обработку информации о деятельности различных органов и организаций;
 - b. выдача журналисту разрешения посетить мероприятие;
 - c. проверка и подтверждение документов журналиста и предоставление ему на их основе права осуществлять профессиональную деятельность в ходе конкретного мероприятия;
 - d. идентификация журналистов на мероприятии;
 - e. допуск на мероприятие именно журналистов и «отсеивание» случайных лиц, не являющихся журналистами, но стремящихся попасть на мероприятие.
4. Право редакций СМИ на предоставление необходимых им сведений о деятельности государственных органов, организаций, предприятий, общественных объединений реализуется в возможности получения со стороны указанных инстанций и их должностных лиц ответа
 - a. по результатам проведенного эксперимента;
 - b. на запрос информации;
 - c. по результатам мониторинга и анкетирования;
 - d. на рассылку справочных и статистических материалов.
5. Государственные органы и общественные объединения не обязаны предоставлять по запросам журналистов или редакций сведения, для подготовки которых требуется
 - a. проведение пресс-конференций;
 - b. рассылка справочных материалов;
 - c. предварительная обработка имеющейся или получение дополнительной информации;
 - d. производство каких-либо исследований.

Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).

Вопросы к теме:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- 1) Как трактуется понятие «коммуникация» в современном научном знании?
- 2) Перечислите основные функции коммуникации.
- 3) Опишите функциональную модель коммуникации.
- 4) Какую роль играет информация в коммуникации?
- 5) При соблюдении каких условий потенциальная информация способна перейти в категорию принятой?
- 6) Определите сущность субстанциональных, функциональных и атрибутивных концепций информации.
- 7) Что Вы понимаете под коммуникативным пространством? И почему медиaprостранство выступает в качестве среды реализации медиакommunikаций?
- 8) При каких условиях коммуникация может быть действительно эффективной и результативной?

Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).


Вопросы к теме:

- 1) Что представляет собой коммуникация как субъект-субъектное взаимодействие?
- 2) Охарактеризуйте коммуникацию как процесс социального взаимодействия людей, взятый в знаковой форме.
- 3) Что общего и различного Вы можете выделить в следующих процессах: «коммуникация», «общение» и «речевая деятельность»?
- 4) Обозначьте позиции коммуникатора, информатора, реципиента как участников массово-информационного взаимодействия.
- 5) Как реализуется обратная связь в коммуникативных взаимодействиях?
- 6) Соотнесите понятия «массовая информация», «массовая коммуникация», «средства массовой коммуникации», «масс-медиа», «средства массовой информации».
- 7) Охарактеризуйте событие, ситуацию и личность как предметы отображения в журналистике.
- 8) Что такое эффективные медиакommunikации?
- 9) Назовите критерии эффективности коммуникации и выявите соотношение между целями и результатами коммуникации.
- 10) Какое влияние оказывают новые коммуникационные технологии на информационное пространство печатных СМИ, радио и телевидения, Интернет-сегмента?

Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).

Вопросы к теме:

- 1) Дайте характеристику сегмента традиционных средств массовой информации современного отечественного медиарынка.
- 2) Какие факторы сдерживают развитие системы российской периодики? Можно ли считать газеты и журналы по-прежнему важным источником информации для российской аудитории в условиях роста популярности Интернета, цифровых носителей и падения общего интереса к чтению?
- 3) Охарактеризуйте аудиовизуальный сегмент современного российского медиарынка.
- 4) Назовите ключевые тенденции развития сектора Интернет-медиа на современном

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

этапе.

- 5) Обозначьте ведущие поисковые информационные системы.
- 6) Определите, что представляют собой альтернативные источники сетевой информации (новостные агрегаторы, блоги, социальные сети)?

Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).

Вопросы к теме:

- 1) В чем выражается право общества знать правду? И какие обязанности возникают у журналиста в связи с необходимостью производить качественный контент и своевременно информировать аудиторию?
- 2) Назовите основные этические запреты в работе журналиста над образом персонажа своего произведения. Какие методы сбора информации о человеке считаются незаконными и неэтичными?
- 3) Разделяете ли Вы тезис о том, что важной профессиональной задачей журналиста является четко разводить факты от мнений и подвергать сомнению все сведения, поступающие от третьих лиц?
- 4) Почему в текущих социокультурных и экономических условиях столь актуально говорить о профессиональных стандартах поведения журналистов?
- 5) Какие способы защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан и организаций предусмотрены в сфере массовой информации?
- 6) Что представляет собой опровержение сведений? На кого ложится обязанность публикации опровержений?
- 7) За какие противоправные деяния в сфере нарушения неприкосновенности частной жизни наступает ответственность?
- 8) Обязан ли журналист получать согласие на распространение в СМИ сведений о личной жизни гражданина от самого гражданина?

Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).


Вопросы к теме:

- 1) Назовите основные группы пользователей медиаметрической информации.
- 2) Объясните, почему сведения об информационном поведении аудитории являются объектами интереса этих общественных институтов, профессиональных групп.
- 3) Согласны ли Вы с тезисом о том, что на рынке медиаиндустрии именно потребитель осуществляет конечный выбор информационного источника?
- 4) На основании анализа каких мониторинговых данных руководство редакций СМИ способно выстраивать грамотную вещательную политику?
- 5) Что представляет собой медиапланирование как сфера применения рейтингов?

Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).

Вопросы к теме:

- 1) Что представляет собой субъект медиапотребления как идентифицируемая личность с уникальными информационными запросами?
- 2) Назовите известные Вам модели медиапотребления.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- 3) Как называется модель потребления медиаконтента в режиме реального времени, в соответствии с расписанием и «сеткой вещания»?
- 4) Перечислите площадки «нелинейного» медиапотребления.
- 5) Как трансформируются модели медиапотребления в системе социальных медиа?
- 6) Каковы причины трансформации структуры медиапотребления: форм получения, обмена и передачи контента?
- 7) Как реализуется практика использования аудиторией нескольких технологических устройств?
- 8) Что представляет собой явление «сдвоенного экрана»?
- 9) Что такое UGC? И почему потребитель в современных условиях может выступать в качестве производителя контента?

Тема 8. Медиаинформационная грамотность (форма проведения – устный или письменный опрос студентов).

Вопросы к теме:

- 1) Что представляют собой и чем отличаются друг от друга факт, фактоид и фейк?
- 2) Охарактеризуйте сущность, проявления и возможные социальные последствия таких явлений, как троллинг, пранкинг.
- 3) Определите подходы к выявлению фейковой информации.
- 4) Каковы причины появления в медиасреде некорректного представления данных?
- 5) Какие объективные и субъективные факторы затрудняют процесс проверки информации редакциями СМИ и журналистами?
- 6) Определите концепты «фактчекинг», «верификация данных». В чем смысловые пересечения значений этих понятий?
- 7) Что представляют собой первичный и пост-, перекрёстный и чистовой виды фактчекинга?
- 8) Проанализируйте необходимость верификации данных как способа противодействия производству и распространению в информационно-коммуникационной среде фейковой информации.
- 9) Обозначьте сущность теорий медиаэкологии, медиабезопасности, медиаобразования.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ


Данный вид работы не предусмотрен УП.

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Понятие «коммуникация» в современном научном знании.
2. Функции коммуникации.
3. Информация в коммуникации. Потенциальная и принятая информация.
4. Субстанциональные, функциональные и атрибутивные концепции информации.
5. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций.
6. Коммуникация как субъект-субъектное взаимодействие. Коммуникатор, информатор, реципиент как участники массово-информационного взаимодействия.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		


7. Обмен в коммуникации как обмен сообщениями. Обратная связь в коммуникативных взаимодействиях.
8. Массовая информация, массовая коммуникация, средства массовой коммуникации, масс-медиа, средства массовой информации: соотношение понятий.
9. Событие, ситуация и личность как предметы отображения в журналистике. Эффективность и действенность масс-медиа.
10. Традиционные и новые медиа.
11. Ведущие поисковые информационные системы.
12. Развитие альтернативных источников сетевой информации: новостных агрегаторов, блогов, социальных сетей.
13. Ресурсы информационного производства. Организация дистрибуции массово-информационного контента.
14. Базовые принципы работы с информацией. Получение и использование сведений в массово-информационных целях: границы допустимого.
15. Охрана интеллектуальной собственности в сфере информации.
16. Аудитория как объект и субъект медиакommunikации.
17. Информационные потребности и интересы массовой аудитории. Требования потребителя к качеству получаемой массовой информации.
18. Подходы к сегментации аудитории: ранжирование аудитории по типу медиа, каналу, контенту. Универсальные и специализированные медиаплощадки.
19. Методы исследования аудитории. Цели и инструменты измерения аудитории СМИ. Проблемы медиаметрии. Медиаанализ и медиапланирование.
20. Субъект медиапотребления как идентифицируемая личность с уникальными информационными запросами.
21. Модели медиапотребления. Традиционная «линейная» модель. Площадки «нелинейного» медиапотребления. Трансформация моделей медиапотребления в системе социальных медиа.
22. UGC (пользовательский контент) и потребитель как производитель контента.
23. Факт, фактоид, фейковая новость. Троллинг, пранкинг. Подходы к выявлению фейковой информации. Верификация данных: технологии фактчекинга.
24. Теории медиаэкологии, медиабезопасности, медиаобразования.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ


Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УЛГУ (протокол №8/268 от 26.03.2019 г.).

Форма обучения – *очная*.

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Тема 1. Медиапространство как среда реализации	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно- 	4	Опрос (устный / письменный)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		


медиакоммуникаций.	методического и информационного обеспечения дисциплины; <ul style="list-style-type: none"> • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 		
Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 	4	Опрос (устный / письменный)
Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 	4	Опрос (устный / письменный)
Тема 4. Экономика массовых коммуникаций.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче зачета. 	4	Тестирование
Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче зачета. 	6	Опрос (устный / письменный), тестирование
Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 	6	Опрос (устный / письменный), практическая работа
Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 	6	Опрос (устный / письменный)
Тема 8. Медиаинформационная	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно- 	6	Опрос (устный /

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		


грамотность.	методического и информационного обеспечения дисциплины; <ul style="list-style-type: none"> • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 		письменный), дискуссия
--------------	---	--	---------------------------

Форма обучения – заочная.

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы <i>(проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)</i>	Объем в часах	Форма контроля <i>(проверка решения задач, реферата и др.)</i>
Тема 1. Медиапространство как среда реализации медиакоммуникаций.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 	6	Опрос (устный / письменный)
Тема 2. Массовые коммуникации как феномен социальной жизни.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 	6	Опрос (устный / письменный)
Тема 3. Система СМИ и социальных медиа: модели, типы, каналы.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 	8	Опрос (устный / письменный)
Тема 4. Экономика массовых коммуникаций.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче зачета. 	8	Тестирование
Тема 5. Этико-правовые основы производства массовой информации.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к тестированию; 	8	Опрос (устный / письменный), тестирование

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

	<ul style="list-style-type: none"> • Подготовка к сдаче зачета. 		
Тема 6. Медиаметрия и медиааналитика.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 	8	Опрос (устный / письменный), практическая работа
Тема 7. Медиапотребление как индикатор информационного поведения массовой аудитории.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 	8	Опрос (устный / письменный)
Тема 8. Медиаинформационная грамотность.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к опросу (устному / письменному); • Подготовка к сдаче зачета. 	8	Опрос (устный / письменный), дискуссия

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная:

1. Профессиональная медиаэтика : учебное пособие / О. В. Игнатъева, Ульян. гос. ун-т, Фак. культуры и искусства, Каф. журналистики, филологии, документоведения. - Ульяновск : УлГУ, 2018. - 75 с. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 1,15 МБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. - <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1393>.
2. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики : учеб. пособие / Е. П. Прохоров. - 4-е изд., испр. и доп. - Москва : РИП-холдинг, 2002. - 322 с. - ISBN 5-900045-10-2.

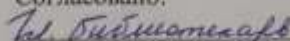
дополнительная:

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для вузов / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией И. М. Синяева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — ISBN 978-5-238-02309-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>.
2. Основы медиаэкономики : учебное пособие / О. В. Игнатъева ; Ульяновск. гос. ун-т, Фак. культуры и искусства, Каф. журналистики, филологии, документоведения. - Ульяновск : УлГУ, 2018. - 56 с. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 0,98 МБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. - <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1394>.
3. Правовые основы журналистики : учебное пособие / О. В. Игнатъева; Ульяновск. гос. ун-т, Фак. культуры и искусства, Каф. журналистики, филологии, документоведения. - Ульяновск : УлГУ, 2020. - 72 с. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 586 Кб). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/4482>.
4. Творческая деятельность журналиста : очерки теории и практики : учеб. пособие для вузов / О. Р. Самарцев; под общ. ред. Я. Н. Засурского. - Москва : Академ. Проект, 2007. - 527 с.
5. Корконосенко, С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение : учебное пособие / С. Г. Корконосенко; СПб. гос. ун-т. - Москва : Издательская группа "Логос", 2020. - 248 с. - ВО - Бакалавриат. - Режим доступа: ЭБС Znanium; по подписке. - ISBN 978-5-98704-471-1. - <http://znanium.com/catalog/document?id=367570>.

учебно-методическая литература:

1. Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Современные медиакоммуникации» для студентов бакалавриата факультетов культуры и искусства, гуманитарного факультета, факультета лингвистики, межкультурных связей и профессиональной коммуникации всех форм обучения / О. В. Игнатъева. - Ульяновск : УлГУ, 2022. - 14 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/13373>.

Согласовано:


Должность сотрудника научной библиотеки



ФИО


подпись


дата

б) Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2022]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2022]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2022]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2022]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2022].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий EastView : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2022]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU; научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2022]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. – Москва, [2022]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2022]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. SMART Imagebase : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал . – URL: <http://window.edu.ru/> . – Текст : электронный.


6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

СОГЛАСОВАНО:

зам. на. зам. пр. _____ *Ключков В. В.* _____ *В. В.* _____ *03.06.2022*
 Должность сотрудника УИТиТ ФИО подпись дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций и семинарских занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской.

12. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.


В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик




(подпись)


доцент
(должность)

О.В. Игнатьева
(ФИО)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Самарцев О.Р.		15.05.23
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Самарцев О.Р.		15.05.23

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Приложение 1

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная:

1. Игнатьева О. В. Профессиональная медиаэтика : учебное пособие / О. Игнатьева ; Ульяновск. гос. ун-т, Фак. культуры и искусства, Каф. журналистики, филологии, документоведения. - Ульяновск : УлГУ, 2018. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 1,15 МБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. - <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1393>.

дополнительная:

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией И. М. Синяева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — ISBN 978-5-238-02309-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>.
2. Основы медиаэкономики : учебное пособие / О. Игнатьева; Ульяновск. гос. ун-т, Фак. культуры и искусства, Каф. журналистики, филологии, документоведения. - Ульяновск : УлГУ, 2018. - 56 с. - <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1394>
3. Правовые основы журналистики : учебное пособие / О. Игнатьева; Ульяновск. гос. ун-т, Фак. культуры и искусства, Каф. журналистики, филологии, документоведения. - Ульяновск : УлГУ, 2020. - 72 с. - <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/4482>.
4. Корконосенко, С. Г. Теория журналистики. Моделирование и применение : учебное пособие / С. Г. Корконосенко. — Москва : Логос, 2015. — 248 с. — ISBN 978-5-98704-471-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/51641.html>.

учебно-методическая литература:

1. Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Современные медиакоммуникации» для студентов бакалавриата факультетов культуры и искусства, гуманитарного факультета, факультета лингвистики, межкультурных связей и профессиональной коммуникации всех форм обучения / О. В. Игнатьева. - Ульяновск : УлГУ, 2022. - 14 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/13373>.

Согласовано:

Гл. библиотекарь

/

Шевякова И.Н.

/




/ 26.04.2023

Должность сотрудника научной библиотеки

ФИО

подпись

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Приложение 2

б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс
Система «Антиплагиат.ВУЗ»
Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»
ОС Microsoft Windows
Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2023]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». – Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Инженер ведущий
Должность, подпись, Инициалы

Щуренко Ю.В.
Инициалы



19.05.2023
Дата