

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«05» сентября 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Правовое регулирование новых медиа

Закреплена за кафедрой	социальных коммуникаций
Учебный план	42.04.01. Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Цифровой бренд-менеджмент»
Форма обучения	очная
Общая трудоёмкость	2 з.е.
Часов по учебному плану	72
в том числе:	
аудиторная контактная работа	22
самостоятельная работа	48.65
Вид(ы) контроля в семестрах	
зачёт	1 семестр

Программу составила

Окушова Г.А., канд. филос. наук, доцент кафедры социальных коммуникаций ТГУ

Рецензент: Спичева Д.И, канд. филос. наук, доцент кафедры социальных коммуникаций ТГУ

Рабочая программа дисциплины «Правовое регулирование новых медиа» разработана в соответствии с ФГОС ВО/СУОС НИ ТГУ:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017г. № 528;

Образовательный стандарт ТГУ по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный решением ученого совета НИ ТГУ 30.06.2021, протокол № 6 и введенным в действие приказом ректора НИ ТГУ № 646/ОД от 05.07.2021

Рабочая программа одобрена на заседании УМК ФП НИ ТГУ

Протокол №7 от 05.09.2022

Цель освоения дисциплины Б1.В.04 «Правовое регулирование новых медиа»

Формирование у будущих магистров комплекса компетенций, необходимых для решения профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью, исходя из правовых и этических норм регулирования взаимодействия со медиакоммуникационными системами региона, страны и мира в соответствии с принципами социальной ответственности.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Правовое регулирование новых медиа» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. Дисциплины (модули) ОПОП.

Дисциплина читается в первом семестре, имеет междисциплинарные связи с дисциплинами, которые читаются параллельно: «Философско-научные исследования цифрового сетевого общества», «Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Антропология и семиотика цифровых коммуникаций», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте», «Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента», «Коммуникационный менеджмент».

Результаты обучения по дисциплине «Правовое регулирование новых медиа» являются необходимыми для следующих дисциплин, изучаемых параллельно или в последующих семестрах: «Технологии управления общественным мнением в новых медиа», «Событийные коммуникации брендов в интернет», «Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом», «Деловые коммуникации в PR и рекламе *Business communications in PR and advertising», «Плейсменеджмент и плейсмейкинг * Place-management and place-making», а также для успешного прохождения учебной и производственной практик, подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

2. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины

Таблица 1.

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК - 1.1. Выявляет проблемную ситуацию, на основе системного подхода осуществляет её многофакторный анализ и диагностику	ОР-УК.1.1.1 Обучающийся может на основе системного подхода осуществить многофакторный анализ и диагностику проблемной ситуации
	ИУК 1.2. Осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации и обоснования выбора оптимальной стратегии.	ОР-УК.1.2.1. Обучающийся умеет разрабатывать и обосновывать альтернативные варианты стратегических решений в проблемной ситуации, опираясь на анализ информации
	ИУК 1.3. Предлагает и обосновывает стратегию действий для достижения поставленной цели с учетом ограничений, рисков и возможных	ОР-УК.1.3.1. Обучающийся владеет навыками обоснования разработанной стратегии коммуникационного процесса с учетом ограничений, рисков и возможных последствий.

	последствий.	
ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.1. Организует профессиональную деятельность в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования коммуникации.	ОР-ОПК.5.1.1 Обучающийся знает, как выстроить профессиональную деятельность в соответствии с правовыми и этическими нормами коммуникации.
	ИОП - 5.2. Организует эффективные on- и offline медиакоммуникации с внутренней и внешней общественностью	ОР-ОПК-5.2.1 Обучающийся способен организовать коммуникации on- и offline с внутренней и внешней общественностью, учитывая актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира
	ИОПК-5.3. Владеет технологиями организации публичных мероприятий on- и offline разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур; умеет анализировать их эффективность.	ОР-ОПК-5.3.1 Обучающийся имеет навыки организации и анализа эффективности публичных мероприятий on- и offline разного масштаба для разных стейкхолдеров.
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Умеет описывать проблемы и ситуации в медиасфере, используя язык и аппарат гуманитарных и социальных наук.	ОР-ОПК 7.1.1 Обучающийся сможет описывать проблемы и ситуации в медиасфере, используя язык и аппарат гуманитарных и социальных наук.
	ИОПК-7.2. Владеет технологиями личного брендинга	ОР-ОПК-7.2.1 Обучающийся сможет использовать технологии личного брендинга с учётом принципов социальной ответственности
	ИОПК-7.3. Знает основы психологии, владеет техниками взаимодействия с аудиторией (в т.ч. техникой публичного выступления), умеет получать обратную связь в процессе коммуникации.	ОР-ОПК-7.3.1 Обучающийся сможет получать обратную связь в процессе коммуникации, владея техниками взаимодействия с аудиторией (в т.ч. техникой публичного выступления).
ПК-6. Способен к управлению проектами в сфере социальных коммуникаций	ИПК 6.2. Создает инфраструктуру для коммуникаций между заказчиками, исполнителями, стейкхолдерами проекта (в т.ч. планирует хозяйственную деятельность)	ОР –ПК 6.2.1 Обучающийся сможет создавать инфраструктуру для коммуникаций между заказчиками, исполнителями, стейкхолдерами проекта (в т.ч. планировать хозяйственную деятельность)

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа

Таблица 2.

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах	
	1 семестр	всего
Общая трудоемкость	1 семестр	всего
Контактная работа:	23.35	23.35
Лекции (Л):	6	6
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Семинарские занятия (СЗ)	8	8
Групповые консультации	-	-
Индивидуальные консультации	-	-
Промежуточная аттестация	1.35	1.35
Самостоятельная работа обучающегося:	48.65	48.65
- выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР)		
- написание реферата		
- написание эссе	10.65	10.65
- выполнение проекта		
- выполнение расчетно-графических работ		
- выполнение контрольной работы/контрольных заданий (кейс)		
- подготовка доклада, сообщения		
- выполнение творческого задания		
- изучение учебного материала, публикаций	10	10
- подготовка к лабораторным/практическим занятиям/коллоквиумам		
- подготовка к круглому столу/дискуссии/диспуту		
- решение кейсов	28	28
- подготовка к рубежному контролю по теме/разделу		
- другие формы самостоятельной работы		
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	зачёт	зачёт

3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины

Таблица 3.

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание /	Вид учебной работы, занятий, контроля	С е м е с т р	Часы в электронной форме	Всего (час.)	Код (ы) результата (ов) обучения
	Раздел 1. Основы российского информационного права и их использование в сфере связей с общественностью и рекламы в новых медиа		1			
1.1.	Информационное право в сфере связей с общественностью и рекламы: понятие и общая характеристика в новых медиа.	Лекция	1		2	ОР-УК.1.1.1 ОР-УК.1.2.1.
1.2.	Правовая компетентность специалистов в сфере связей с общественностью и рекламы в новых медиа.	Семинар	1		2	ОР-ОПК.5.1.1 ОР-ОПК 7.1.1
	Форма СРС: изучение учебного материала, публикаций: написание аналитического эссе	СРС	1		20.65	ОР –ПК 6.2.1
	Текущий контроль успеваемости: выступление с докладом с электронной презентацией по материалам аналитического эссе	Семинар	1		2	
	Раздел 2. Правовое регулирование PR-деятельности в новых медиа					
2.1.	Основные направления правового регулирования PR деятельности в новых медиа.	Лекция	1		2	ОР-УК.1.3.1
2.2.	Юридические особенности коммуникаций с органами государственной власти, коммерческими организациями и общественными объединениями в новых медиа.	Семинар	1		2	ОР-ОПК-5.2.1 ОР-ОПК-5.3.1
2.3.	Правонарушения и юридическая ответственность в сфере связей с общественностью	Практика	1		2	ОР-ОПК-7.3.1 ОР –ПК 6.2.1
	Форма СРС: решение кейсов / ситуационных задач	СРС	1		14	
	Текущий контроль успеваемости: выступление с докладом-обзором кейсов / ситуационных задач с электронной презентацией	Практика	1		2	
	Раздел 3. Правовое регулирование рекламной деятельности в новых медиа		1			
3.1.	Рекламная деятельность как объект правового регулирования: государственное регулирование и саморегулирование в новых медиа.	Лекция	1		2	ОР-УК.1.3.1. ОР-ОПК-5.2.1
3.2.	Правонарушения и юридическая ответственность по рекламному законодательству РФ.	Практика	1		2	ОР-ОПК-5.3.1
3.3.	Авторское право. Бренд с точки зрения права в новых медиа.	Семинар	1		2	ОР-ОПК-7.2.1
	Форма СРС: решение кейсов / ситуационных задач	СРС	1		14	ОР-ОПК-7.3.1
	Текущий контроль успеваемости: выступление с докладом-обзором кейсов / ситуационных	Практика	1		2	ОР –ПК 6.2.1

	задач с электронной презентацией					
	Промежуточная аттестация	Зачёт	1			ОР-УК.1.1.1 ОР-УК.1.2.1. ОР-УК.1.3.1. ОР-ОПК.5.1.1 ОР-ОПК.5.2.1. ОР-ОПК.5.3.1. ОР-ОПК 7.1.1 ОР- ОПК 7.2.1 ОР- ОПК 7.3.1 ОР – ПК 6.2.1

4. Образовательные технологии, учебно-методическое и информационное обеспечение для освоения дисциплины.

Предметом обучения являются знания по курсу «Правовое регулирование новых медиа». Условием эффективного усвоения содержания курса и формирования соответствующей компетенции является обязательное сочетание лекционных занятий с семинарскими и практическими занятиями. При изучении данной дисциплины, кроме такой традиционной образовательной технологии как «лекция», рекомендуется использовать:

- технологию практических занятий – «анализ кейс-стади», представляющую собой изучение реальных фактов, событий, процессов, ставших объектами общественной дискуссии, работа с которыми позволяет формировать готовность учитывать правовые и этические нормы регулирования взаимодействия со медиакоммуникационными системами региона, страны и мира в рамках осуществления профессиональной деятельности; давать правовую оценку конкретных фактических обстоятельств при осуществлении профессиональной деятельности.

- технологию семинара-«обсуждения / дискуссии», ориентированную на наиболее полное включение обучающихся в активный процесс коллективного обсуждения (спора) и осмысления темы; на развитие у них критико-аналитического исследовательского мышления; умения правильно формулировать, аргументировать и отстаивать свою точку зрения относительно выбранных задач в рамках поставленной цели и оптимальных способов их решения; способности внимательно выслушивать своих оппонентов, и не только конструктивно их критиковать, но и при необходимости признавать свои заблуждения и ошибки. Семинар-«дискуссия» используется как метод усиления интереса слушателей к изучаемой проблеме, придания ей большей остроты, актуальности.

- технологию практического занятия-«презентации», которая позволяет студентам отрабатывать навыки в практическом применении теоретических знаний, а также в устной и электронной презентации совершенствовать уровень понимания проблемных вопросов дисциплины и результатов своей учебной и исследовательской работы. В процессе таких занятий студенты более глубоко осознают важность не только содержания и результатов общих знаний дисциплины и исследовательской работы, но способы и формы их подачи (презентации).

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, должен составлять не менее 50% аудиторных занятий.

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины предполагает следующие виды работ: чтение обязательной и дополнительной литературы; написание аналитического эссе; изучение и анализ интернет-источников по темам программы дисциплины; изучение и анализ кейс-стади; подготовка выступлений на семинарских занятиях; подготовка электронных презентаций.

4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение

В период обучения магистрантам должны быть доступны следующие учебно-методические материалы: программа дисциплины «Правовое регулирование новых медиа»; электронные презентации основного содержания дисциплины; должен быть обеспечен доступ к выпускным квалификационным работам, защищенным на кафедре социальных коммуникаций ТГУ и размещенным в репозитории Научной библиотеки ТГУ в разделе «Выпускные работы» факультет психологии <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Community/vital:1850>

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ИСТОЧНИКИ

(рекомендуется использовать текст закона по состоянию на 1 января 2021 г.)

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 с учетом поправок,

внесенных законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ;

2. Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (в ред. от 03.07.2016);

3. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая. № 51-ФЗ от 30.11.1994 (в ред. от 28.03.2017).

4. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая. № 54-ФЗ от 26.01.1996 (в ред. от 28.03.2017)

5. Федеральный закон «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 (в ред. от 28.03.2017)

6. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» № 149-ФЗ от 27.07.2006 (в ред. от 29.12.2016)

7. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях № 195-ФЗ от 30.12.2001 (ред. от 17.04.2017)

8. Уголовный кодекс Российской Федерации № 63-ФЗ от 13.06.1996 (в ред. от 17.04.2017)

а) Основная литература:

1. Бачило И. Л. Информационное право. Учебник для академического бакалавриата - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 419с. - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: <https://urait.ru/book/informacionnoe-pravo-431119>

2. Богацкая С. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Сбербанк-АСТ. - Москва: Университетская книга, 2020. - 368 с. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=367508>

3. Дорский А. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью: Учебное пособие / Санкт-Петербургский государственный университет. - СПб : Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 2019. - 216 с. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=353371>

4. Шарков Ф. И. Правовые основы коммуникации: в рекламе, связях с общественностью, журналистике: учебное пособие / Ф. И. Шарков, В. И. Захарова. - Москва : Проспект, 2018. - 224 с.

б) Дополнительная литература:

1. Власенко Н. Язык права: Монография / Российский университет дружбы народов. - Москва: ООО "Юридическое издательство Норма", 2018. - 176 с. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=155931>

2. Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики: [пер. с англ.] /Эм Гриффин; [науч. ред. А. А. Киселева]. – Харьков: Гуманитарный центр, 2015. – 686 с.

3. Косых А. Убеждение в правовом регулировании общественных отношений: Монография / Академия управления Министерства внутренних дел Российской Федерации. - Воронеж : Издательско-полиграфический центр "Научная книга", 2017. - 165 с. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=315650>

4. Давыдова Е. Л. Правовое регулирование рекламной деятельности : [учебное пособие для бакалавров] / Е. Л. Давыдова ; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Российский экономический ун-т им. Г. В. Плеханова" (ФГБОУ ВПО "РЭУ им. Г. В. Плеханова"). - Москва: ФГБОУ ВПО "РЭУ им. Г. В. Плеханова", 2013. - 158 с.

5. E-commerce и взаимосвязанные области (правовое регулирование): сборник статей / А. А. Богустов [и др.]. - Москва: Статут, 2019. - 448 с. URL: <https://www.iprbookshop.ru/94594.html>

6. Чернявский А. Г. Юридическая ответственность: Учебное пособие / Военный университет Министерства обороны Российской Федерации. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018. - 545 с. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=304294>

4.2. Базы данных и информационно-справочные системы, в том числе зарубежные

1. База данных Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.corpmedia.ru/>
2. База данных Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/node/5025>
3. База данных Интернет-сообщества профессиональных менеджеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-xecutive.ru>
4. База данных национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: <https://openedu.ru/course/>
5. База данных Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ramu.ru/ramu-program.php>
6. Информационно-справочные материалы компании «Михайлов и партнеры. Стратегические коммуникации». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mikh-partn.ru>
7. Верховный суд РФ [Электронный ресурс]. – URL: www.supcourt.ru
8. Высший Арбитражный суд [Электронный ресурс]. – URL: www.arbitr.ru
9. Государственной Дума РФ: официальный сайт. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.duma.gov.ru>
10. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pr-club.com/>
11. Информационно-справочные материалы рекламной группы «Мелехов & Филюрин». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-f.ru>
12. Информационно-справочные материалы российского специализированного журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.press-service.ru/terms/141/>
13. Информационно-справочные материалы компании «Gallery. Реклама в формате города». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gallerymedia.com/out-of-home>
14. Конституционный Суд РФ [Электронный ресурс]. – URL: www.ksrf.ru
15. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 2000. – URL: <http://elibrary.ru>
16. Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 1998 - . – URL: <http://cyberleninka.ru>
17. Общественная палата РФ [Электронный ресурс]. – URL: www.oprf.ru
18. Правительство РФ [Электронный ресурс]. – URL: www.government.ru
19. Прокуратура РФ [Электронный ресурс]. – URL: www.genproc.gov.ru
- 20.
21. справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru/>
22. Электронно-библиотечная система Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.lib.msu.su>
23. Электронно-библиотечная система национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
24. Уполномоченный по правам человека в РФ [Электронный ресурс]. – URL: ombudsmanrf.ru

25. Scopus - База данных научных рефератов и цитирования – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

4.3. Перечень лицензионного и программного обеспечения

При освоении данной дисциплины используется следующее ПО:

1. Windows 7 professional 64 bit
2. Microsoft Office 2010
3. Statistica 6
4. IBM SPSS Statistica 23
5. Mozilla Firefox
6. Opera
7. Google Chrome
8. 7zip

4.4. Оборудование и технические средства обучения

При освоении данной дисциплины используются:

1. Учебные классы, оснащенные аппаратурой и программным обеспечением для организации практических занятий по курсам ООП магистратуры, в том числе класс, оборудованный видео-конференц-связью (Polysom), аудитории АКТРУ.
2. Компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные занятия и другая техника для презентаций учебного материала.

5. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины

Студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины «Правовое регулирование новых медиа» и методическими разработками по данному курсу, размещенными в электронной системе MOODLE.

Освоение дисциплины предполагает систематическое и последовательное накопление знаний в процессе аудиторных занятий (лекций и практик) и самостоятельной работы студентов. Успешное освоение студентами содержания дисциплины предполагает знание специфики информационного пространства, актуальной повестки дня и сформированный профессиональный интерес к коммуникационной политике различных социальных субъектов – крупных корпораций (Сбербанк, Ростех, Роскомос, Росатом, Роснефть и др.), органов государственной власти федерального уровня и уровня субъекта РФ (министерства, администрации), органов местного самоуправления, коммерческих и некоммерческих организаций, социальных институтов (церковь, СМИ и др.).

В лекциях освещаются вопросы, формирующие теоретические знания в области информационного права и других отраслей права, для грамотного применения норм права в будущей профессиональной деятельности в сфере PR и рекламы.

Обучающим рекомендуется: написание конспектов лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Активная и осознанная работа на лекциях облегчит студентам подготовку как к семинарам и практическим занятиям, так и к экзамену.

Подготовка к семинарским и практическим занятиям предполагает изучение материалов лекций, а также учебников, пособий, монографий, словарей и т.п. Особое внимание необходимо обратить на изучение электронных ресурсов, позволяющих познакомиться с реальными кейсами коммуникационных проектов (рекламной или PR-

кампании / мероприятия), реализованных с учётом аудитории и характера электронно-сетевых интеракций: «Лайкни» (<http://www.likeni.ru>), «Rusability» (<http://rusability.ru>), «Socialair» (<http://socialair.ru>), Cossa.ru (<http://www.cossa.ru>) и др.

Прочитанные разделы и статьи рекомендуется конспектировать, что позволит в дальнейшем использовать материал при написании доклада, разбору кейсов, а также к зачёту. Качество освоения материала студентом будет тем выше, чем шире и разнообразнее изученная им литература. На семинарских занятиях полезно в записи вносить дополнения, почерпнутые из ответов других студентов, дополнений и обобщений преподавателя.

Вопросы, вызывающие затруднения при самостоятельной подготовке к семинарам, практикам и зачёту можно выяснить на индивидуальных и групповых консультациях.

При подготовке к зачёту необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину:

Ефимова О.Е., начальник Управления делами администрации Томского района.

7. Язык преподавания: русский.