

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета психологии


Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Сетевые сообщества и субкультуры

по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:

«Работа с социальными медиа»

Форма обучения

Очная

Квалификация

Бакалавр

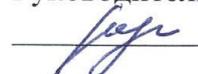
Год приема

2023

Код дисциплины в учебном плане: Б1.В.ДВ.02.01

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП


И.П. Кужелева-Саган

Председатель УМК


Э.А. Щеглова

Томск – 2023

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

– ОПК-5 – способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

– ПК-2 – владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК-5.2 Демонстрирует понимание электронно-сетевых характеристик медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.

ИПК-2.4. Использует коммуникативные технологии для управления общественным мнением.

2. Задачи освоения дисциплины

– сформировать знания об электронно-сетевом характере медиакоммуникационных систем региона, страны и мира и специфике общественного мнения в условиях онлайн-коммуникаций сетевых сообществ и субкультур

– научить отбирать коммуникативные технологии для управления общественным мнением в социальных медиа

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, к дисциплинам (модулям) по выбору 2 (ДВ.2).

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Семестр 1, экзамен.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Освоение дисциплины «Сетевые сообщества и субкультуры» начинается с первого семестра 1 курса. Курс формирует заявленные компетенции в интеграции со следующими дисциплинами: «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: профессиональная этика», «Правовое регулирование в PR и рекламе», «Основы интегрированных коммуникаций», «Организация специальных мероприятий». Дисциплина организационно-методически и содержательно связана со следующими дисциплинами: «Основы теории коммуникации», «Социология массовых коммуникаций», «Политология», «Кризисные коммуникации», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Выборные технологии», «Основы маркетинга», «Основы брендинга», «Технологии управления общественным мнением», «Введение в имиджологию», а также с производственными практиками, Подготовкой к сдаче и сдачей государственного экзамена, Подготовкой к процедуре защиты и защитой выпускной квалификационной работы.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 часов, из которых:

– лекции: 20 ч.;

– практические занятия: 24 ч;

- практическая подготовка: 2 ч. (практическая подготовка осуществляется на последней паре по УПП, в рамках практических занятий).

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам

Тема 1. Сетевое общество, сообщества и субкультуры как объекты социогуманитарных исследований.

Сетевое общество – научная идентификация информационно-коммуникативного общества эпохи Интернета. Культура и субкультуры сетевого общества как объект социогуманитарного исследования. Сетевые сообщества: понятие, признаки, классификация. М. Кастельс о сетевом обществе и виртуальных сообществах. Сетевые сообщества и общественное мнение: анализ аудитории медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Сетевая идентичность и самопрезентация. Специфика сетевых коммуникаций: У.Митчелл «Я++», Г.Ловинк «Критическая теория Интернета». «Netiquette – «сетевой» этикет: правовые и этические нормы регулирования сетевых сообществ, субкультур и общественного мнения.

Тема 2. Сетевые коммуникации в социальных медиа.

Социально-демографические и life-style особенности аудитории социальных медиа. Типы пользователей и стили коммуникаций в сети (модерация, троллинг, буллинг и др.). Многопользовательские популярные социальные сети («FaceBook», «ВКонтакте», «Одноклассники» и др.): основные характеристики и функции. Мультимедиа-хостинги как вид социальных медиа. Коллективные и персональные блоги и микроблоги (LiveJournal (Живой Журнал), Twitter и др.). Коммуникационные проекты (рекламная или PR-кампания / мероприятие) с учётом аудитории и характера электронно-сетевых интеракций: анализ кейсов.

Тема 3. Сетевые технологии в управлении общественным мнением и безопасность сетевых коммуникаций.

Сетевые технологии взаимодействия: коворкинг, краудсорсинг, краудфандинг, краудинвестинг, краудлендинг. Блоггинг как коммуникативная технология и её роль в управлении общественным мнением. Статистика и аналитика в социальных медиа. Персональные данные: приватность, управление, защита. Технологии работы с контентом блога.

Тема 4. Блоги о субкультуре сетевых сообществ.

Методология анализа субкультуры сетевых сообществ.

Корректировка концепции коммуникационного проекта в социальных медиа - создания блога о сетевых сообществах и субкультурах

Разработка контент-плана для блога и его реализация в зависимости от профессиональных задач: паблисити, управление общественным мнением и др. Презентация и анализ концепций проектов - блогов.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения коллоквиумов, выполнения домашних заданий, в том числе и проектного типа, решению кейсов, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Экзамен в первом семестре проводится в устной форме в два этапа: в виде защиты итоговой работы и устного собеседования по вопросам.

Результаты текущего контроля влияют на итоговую оценку. Все домашние задания должны быть представлены в формате презентации с пояснительным текстовым документом и размещены в соответствующие папки с заданием в электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle». Набранные баллы (за семестр) суммируются и выводится средняя арифметическая. Студенты, получившие средний балл менее 3.0, на экзамене получают дополнительный вопрос по дисциплине.

Требования к итоговой работе:

Итоговая работа выполняется на примере конкретного сетевого сообщества и субкультуры в рамках обучения по данной дисциплине. Работа выполняется по этапам, все пункты являются обязательными к исполнению. Итоговая работа должна быть представлена в формате презентации с пояснительным текстовым документом и размещена в соответствующую папку с заданием в электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle».

Задание для выполнения итоговой работы по дисциплине:

Реализация коммуникационного проекта – итоговое творческое задание, направленное на создание блога о сетевых сообществах и субкультурах.

Студенты объединяются в команды (3-7 человек), для совместной работы над коммуникационным проектом:

- выбор и создание аналитического обзора сетевого сообщества и субкультуры – объекта блоггинга: культура мира (в узком смысле); ценности / ценностные ориентации; стиль и образ жизни, роли и статусы; социальные институты как системы норм; процедурное знание: навыки, умения, способы осуществления деятельности, методы; потребности и склонности.

- определение возможных базисных субъектов PR или рекламы, для которых данное сообщество может выступить целевой аудиторией.

- использование базовых аналитических подходов, методов и инструментов, направленных на раскрытие и анализ сообщества: количественный анализ сообщества (парсинговые инструменты); сетевой анализ сообществ (выявление внутренних и внешних связей); анализ пользователей сообщества; анализ онлайн-платформ, на которых функционируют сообщества; коммуникативный анализ сообществ (контент-план, дискурс, активность).

- отбор социальных медиа / коммуникативных онлайн-площадок для блога с учётом аудитории и характера электронно-сетевых интеракций.

- выделение цели проекта (ожидаемый результат деятельности, выраженный в позитивных коммуникационных изменениях, появившихся благодаря реализации проекта);

- выстраивание задач проекта (действия по достижению промежуточных результатов, направленных на достижение цели) – выбор технологического инструментария, разработка креативной концепции, формирование бюджета проекта (при необходимости);

- реализация проекта с использованием информационно-коммуникативных технологий и учётом общественного мнения в медиакоммуникационных системах региона, страны и мира:

- 1) работа над контентом блога
- 2) визуальное оформление блога
- 3) расширение блога за счет иных платформ (с интеграцией)
- 4) работа с комьюнити и общественным мнением на основе принципов работы с сетевым сообществом, исходя из его субкультурных особенностей; способов взаимодействия с данной целевой аудиторией.

- 5) сбор статистики и аналитика блога в социальных медиа

- обоснование критериев оценки эффективности реализации проекта (признаки, на основании которых производится оценка эффективности реализации проекта), диагностический инструментарий (средства оценивания результатов реализации проекта);

- разработка электронной презентации созданного блога;

- публичная защита проекта – созданного полноценного блога, содержащего данные о выбранной субкультуре и реальных сообществах в сети Интернет, посвященных данной субкультуре.

Критерии оценки устной защиты итоговой работы:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с монографической литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы. Проект - блог реализован полно и детально, представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации. Визуализация материала соотносится с основным содержанием и позитивно влияет на восприятие информации. В работе присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы. Проект - блог реализован на достаточно хорошем уровне, но требует уточнения по некоторым пунктам; представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации, но изложенные недостаточно полно. Визуализация материала соотносится с основным содержанием. В работе частично присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения, но есть вопросы по некоторым пунктам аналитической работы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий. Проект - блог реализован частично, очень кратко представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации. Визуализация материала не отличается достаточной креативностью. В работе лишь частично присутствуют собственные выводы, нет аргументированных рекомендаций и предложений.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ. Проект - блог реализован очень поверхностно, нет аналитические выводов, собственных аргументов и рекомендаций. Отсутствует визуализация материала. В работе полностью отсутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

Вопросы к экзамену:

1. Роль дисциплины «Сетевые сообщества и субкультуры» в формировании профессиональных компетенций.
2. Обзор проблематики современных исследований в сфере сетевых коммуникаций.
3. Сетевая реальность как феномен информационно-коммуникативного общества.
4. Сетевое сообщество: определение, стадии жизни и признаки (видеолекции О.Мороз).
5. Социальные сервисы интернета: история развития, современность, будущее
6. Интернет и цифровое неравенство.
7. От Web 1.0 до Web 3.0: понятие, история становления и основные принципы
8. М.Кастельс: «виртуальные сообщества или сетевое общество» («Галактика Интернет»).
9. М.Кастельс о сетевых общественных движениях («Галактика Интернет»).
10. Сетевая идентичность: понятие и общая характеристика.
11. Пользователи социальных медиа: типология и lifestyle характеристики.
12. Анализ аудитории медиакоммуникационных систем: Brand Analytics (<https://br-analytics.ru>) и др.
13. Социальных медиа: понятие, виды, их характеристики и функции.
14. Интернет-коммуникация как способ социализации и самореализации личности.
15. Понятие пользовательского контента. Ключевые тренды развития контента.
16. Самопрезентация в интернет-коммуникации.
17. Понятие «сетевая культура»: содержание, функции.
18. Общая характеристика субкультуры электронных сетевых сообществ.
19. Субкультура геймеров.
20. Блогинг как субкультура Интернета.
21. Троллинг, хейтерство, флейм и флуд в Интернете как стили коммуникации.
22. Сетевой сленг и Интернет-фольклор: понятие и общая характеристика.
23. Цифровой или сетевой этикет? Его роль в эффективности интернет-коммуникаций.
24. Хакерство как феномен глобальной Сети.
25. Контркультура Рунета: понятие и содержание (на примере кашенитов, падоночества и др.)
26. Гламурные субкультуры Интернета: общая характеристика (например, бьюти-блогеры, финоняшки и др.)
27. Работа с персональными данными в сети: управление, защита.
28. PR в сетевых сообществах.
29. Реклама в сетевых сообществах.
30. Субкультуры, порожденные сетевой активностью (например, ютуберы, лайфхакеры, фикрайтеры и др.)
31. Френдинг, фолловинг как типы виртуального межличностного общения.
32. Специфика представления в Интернете молодёжных офлайн субкультур (скейтбординг, хипстеры, трендсеттеры и др.).
33. Цифровые аборигены, цифровые иммигранты, цифровая персона: общая характеристика концепции М.Пренски.
34. Обзор поколений X, Y, Z в рамках концепции Н.Хоува и В.Штрауса (<https://rugenations.su>)
35. «Меня можно обнаружить в результатах поиска. Меня видит Google» У.Митчелл. О сетевых коммуникациях в логике книги У. Митчелла «Я++»

36. Что ждёт сетевые коммуникации в условиях 4-ой промышленной революции (с опорой на книги К.Шваба).

37. Какие вопросы сетевых коммуникаций регулирует Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях.

38. Какие вопросы сетевых коммуникаций регулирует Уголовный Кодекс РФ

39. ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности» (ст.1, 11, 12, 13) и его актуальность для сетевых коммуникаций.

40. Приватность в сетевых коммуникациях: границы «открытости» частной жизни.

41. Основные тезисы о цифровой гигиене в рамках концепции И.Ашманова.

42. Статистика и аналитика в социальных медиа.

43. Характеристика критической теории Г.Ловинка.

44. Роль блоггинга в развитии сетевых коммуникаций и сообществ.

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии выставления оценки на основе сдачи зачета по вопросам:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle».

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) План практических занятий по дисциплине.

д) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) Основная литература:

1. Ашманов И. С. Цифровая гигиена / Игорь Ашманов, Наталья Касперская. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2022. - 398, [1] с.
2. Бунов Е. Общественное мнение в управлении социальными процессами / Государственный университет управления. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 166 с. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=378429> (доступ с сайта НБ ТГУ)
3. Губанов Д. А. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / Д. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили ; Рос. акад. наук, Ин-т проблем упр. - Изд. 3-е, перераб. и доп.. - Москва : Издательство МЦНМО, 2018. - 223 с.

4. Ловинк Г. Критическая теория интернета / Герт Ловинк ; пер. Д. Лебедев, П. Торкановский. - Москва : Ад Маргинем Пресс [и др.], 2019. - 304 с.
5. Новые медиа: социальная теория и методология исследований: словарь-справочник /отв. ред. О. В. Сергеева, О. В. Терещенко ; Белорусский гос. ун-т ; Социол. ин-т Рос. акад. наук. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2016. – 262 с. Электронный ресурс. URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000556182/000556182.pdf>

б) Дополнительная литература:

1. Баркович А.А. Интернет-дискурс: компьютерно-опосредованная коммуникация – М.: Флинта, 2015. – 288 с. – Электронный ресурс URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=74582
2. Бреслер М. Г. Социальные сети и сетевые сообщества информационного общества: монография. – Уфа, 2014. – 173 с. Электронный ресурс URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000553860/000553860.pdf>
3. Визуальные коммуникации в новых медиа: эффекты, возможности, риски : междисциплинарный подход : материалы [V] Международной научно-практической Интернет-конференции Connect-Universum-2014, 20-22 мая 2014 /[науч. ред. Г. А. Окушова ; редкол. И. П. Кужелева-Саган, И. В. Гужова, Е. В. Полянская ; Том. гос. ун-т, каф. соц. коммуникаций] – Том. гос. ун-т, 2015. – 254 с. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000512508>
4. Влияние новых медиа на сознание и поведение молодежи: междисциплинарный подход. Электронный ресурс: материалы [IV] Международной научно-практической интернет-конференции Connect-Universum-2012, 29-31 мая 2012 /Том. гос. ун-т, Каф. соц. коммуникаций ; [науч. ред. И. П. Кужелева-Саган] – Том. гос. ун-т, 2012. – 208 с. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000501483>
5. Выгонский С. И. Обратная сторона Интернета: психология работы с компьютером и сетью: "эротический рай" и сетевые знакомства, "паутина" атакует ваш мозг, психологический лексикон геймера, сатанинские архетипы в компьютерных играх, софтверная экзотика, спам и спамофобия. – Ростов-на-Дону: Феникс , 2010. – 316 с.
6. Ефимов Е.Г. Социальные интернет-сети: методология и практика исследования: монография – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2015. – 169 с. <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000553929/000553929.pdf>
7. Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография /[Т. Н. Колокольцева, Е. И. Горошко, Е. Н. Галичкина и др.; науч. ред.: Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова]. – М. : Флинта [и др.] , 2012. – 322 с.
8. Кастельс М. Галактика Интернет: [размышления об Интернете, бизнесе и обществе: пер. с англ.]. – Екатеринбург : У-Фактория , 2004. – 327 с.
9. Кастронова Э. Бегство в виртуальный мир. – Ростов-на-Дону : Феникс , 2010. – 214 с.
10. Кривоносов А.Д. Основы спичрайтинга. Учебное пособие для студентов отделений связей с общественностью. — СПб.: Лаборатория оперативной печати фак-та журналистики СПбГУ, 2003. — 56с.
11. Кужелева-Саган И. П., Окушова Г.А., Бычкова М.Н. Управление интернет-проектами : учебно-методический комплекс [Электронный ресурс] / Том. гос. ун-т, 2000. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000422674>
12. Макки Р. Сториномика. Маркетинг, основанный на историях, в пострекламном мире / Роберт Макки, Том Джерас ; перевод с английского [Ирина Евстигнеева]. - Москва : Альпина нон-фикшн, 2019. - 278, [1] с.
13. Митчелл У. Я++ [Я плюс плюс]: Человек, город, сети / Пер. с англ. М.: Strelka Press, 2012. - 328 с.

14. Нургалева Л.В. Виртуальные сообщества: исследовательские подходы и практики. – Томск : [ТГУ] , 2012. – 71 с.
15. Социальные сети как площадка организации межличностных коммуникаций и перформанса идентичности цифрового поколения: сборник материалов исследования /науч. ред. И. П. Кужелева-Саган. – Томск: Издательский Дом Томского государственного университета , 2017. – 111 с. Электронный ресурс <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000555172>
16. Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества: Сб. науч. тр. / РАН. ИНИОН. Центр социал.науч.-информ. исслед. Отв. ред. Верченев Л.Н., Ефременко Д.В., Тищенко В.И. – М., 2013. – 360 с. <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000554411/000554411.pdf>
17. Уэбстер Ф. Теории информационного общества /Фрэнк Уэбстер ; пер. с англ. М. В. Арапова, Н. В. Малыхиной ; под ред. Е. Л. Вартановой. – М. : Аспект-Пресс , 2004. – 398 с.
18. Щербаков С. А. Таргетированная реклама. Точно в яблочко : как быстро и дешево получать клиентов из социальных сетей / Сергей Щербаков. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2019. - 351 с
19. Фадеева Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 263 с.
20. Цифровое кочевничество как глобальный и сибирский тренд Электронный ресурс : материалы III Международной трансдисциплинарной научно-практической WEB-конференции Connect-Universum-2016, 24-26 мая 2016 года /[науч. ред. Г. А. Окушова ; редкол.: И. П. Кужелева-Саган и др.] ; Нац. исслед. Том. гос. ун-т, каф. социальных коммуникаций. – Том. гос. ун-т, 2016. – 359 с. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000581539>
21. Шомова С. А. Мемы как они есть : учебное пособие : [для студентов, обучающихся по направлениям "Журналистика", "Медиакоммуникации", "Реклама и связи с общественностью"] / Светлана Шомова. - Москва : Аспект Пресс, 2019. - 135, [1] с.

в) 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. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pr-club.com/>
8. Информационно-справочные материалы рекламной группы «Мелехов & Филюрин». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-f.ru>
9. Информационно-справочные материалы российского специализированного журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.press-service.ru/terms/141/>

10. Информационно-справочные материалы компании «Gallery. Реклама в формате города». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gallerymedia.com/out-of-home/>

11. Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru/>

12. Электронно-библиотечная система национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>

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

14. Survio интернет-сервис для создания и проведения опросов - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.survio.com/ru/>

15. Testograf, интернет-сервис для создания и проведения опросов - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.testograf.ru/ru/>

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

– Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);

– публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

– Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>

– Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>

– ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>

– ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>

– Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>

– ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>

– ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа, оснащенные компьютером, проектором, подключенные к Интернету.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешенном формате («Актру»), в ситуации, обусловленной факторами макросреды.

15. Информация о разработчиках

Окушова Гульнафист Окушова, к. филос. наук, доцент, кафедра социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: д. филос. наук, профессор Кужелева-Саган И.П.