

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

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:
Декан
Д. Ю. Баланёв

Рабочая программа дисциплины

Технологии управления общественным мнением

по направлению подготовки / специальности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:

Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации

Форма обучения

Очная

Квалификация

Специалист по рекламе и связям с общественностью

Год приема

2024

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
И.В. Гужова

Председатель УМК
М.А. Подойницина

Томск – 2024

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК-1 Способен использовать философские знания, научную методологию и представления о ценностных основаниях общественной и научной этики для формирования научного мировоззрения, логического и системного мышления.

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

ПК-2 Способен проводить прикладные исследования рынка, осуществлять мониторинг и аналитику потребительского поведения и общественного мнения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети интернет.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РООПК-2.2 Умеет освещать деятельность организаций и (или) продвигать их товары и (или) услуги посредством создаваемых медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом выявленных социальных, политических и экономических трендов

РОПК-2.1 Знает методологию проведения прикладных исследований разного уровня сложности и предметной направленности, в том числе, с применением интернет-технологий

РОУК-1.1 Знает основные направления зарубежной и отечественной философии, формально-логические законы и принципы и приемы системного и критического мышления, основы методологии научного познания, основы научной и общественной этики и её влияние на общество

РОУК-1.2 Умеет применять знания о научной этике, об исторических и современных общественных ценностях, логические законы, методы и приемы системного и критического мышления в социальной и профессиональной деятельности в целях формирования научной картины мира, выявления тенденций социальной действительности

2. Задачи освоения дисциплины

– Освоить аппарат дисциплины «Технологии управления общественным мнением» и научиться использовать философские знания, научную методологию и представления о ценностных основаниях общественной и научной этики для формирования научного мировоззрения, логического и системного мышления специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью.

– Научиться применять понятийный аппарат дисциплины «Технологии управления общественным мнением» для решения практических задач профессиональной деятельности: для разностороннего освещения общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах на основе мониторинга и аналитики потребительского поведения и общественного мнения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети интернет.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы.

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

Пятый семестр, зачет с оценкой

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Философия», «Социология», «Основы теории коммуникации», «Современные концепции коммуникаций», «Теория и практика рекламы и связей с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации».

Дисциплина организационно-методически и содержательно связана с учебными и 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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

-лекции: 20 ч.

-практические занятия: 24 ч.

в том числе практическая подготовка: 4 ч. (практическая подготовка осуществляется на последней паре по УПП, в рамках практических занятий).

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Сущность, структура общественного мнения, условия и механизм его проявления офлайн и онлайн.

Общественное мнение как объект исследовательского интереса социогуманитарных наук: сущность, функции, особенности проявления. История и развитие теории общественного мнения: Г.Лебон, Г.Тард, У.Липпман, Э.Бернейс, Ю.Хабермас и др.

Социальная структура общества и структура общественного мнения (статика и динамика). Механизмы формирования общественного мнения: роль СМИ; влияние цифровых и сетевых коммуникаций на общественное мнение; социальные сети и блогосфера как инструменты управления общественным мнением; влияние лидеров мнений и инфлюенсеров.

Профили организаций, изучающих общественное мнение. Методология изучения общественного мнения: качественные и количественные методы исследования; социологические опросы и анализ данных; методы мониторинга и анализа контента в социальных сетях; психометрические и семантические исследования.

Форма СРС: Описать авторский концепт и методологию исследования феномена общественного мнения; обосновать возможности его использования при принятии профессиональных решений.

Тема 2. Анализ технологий управления общественным мнением.

Обзор традиционных технологий управления общественным мнением. Рекламные и пиар-кампании и их влияние на общественное мнение. Антикризисный PR и его роль в управлении общественным мнением. Использование манипулятивных техник: спин-докторинг, информационные войны.

Обзор технологий управления общественным мнением в Интернете. Анализ использования технологий для управления имиджем социального субъекта в сети Интернет (социальных сетях, блог-сервисах и др.). Роль мемов и вирусного контента в современных стратегиях PR.

Роль больших данных и аналитики в управлении общественным мнением.

Применение искусственного интеллекта и машинного обучения для прогнозирования трендов общественного мнения.

Кибербезопасность и этические аспекты управления общественным мнением в цифровом пространстве.

Форма СРС: Отобрать и составить аналитический обзор кейсов (не менее трёх) – конкретные случаи в реальной обстановке - по использованию технологий работы с общественным мнением различных социальных субъектов (институциональных или индивидуальных).

В каждом кейсе отражаются следующие вопросы:

- Контекст, в рамках которого наблюдается общественное мнение.
- Объект ОМ, субъект (носитель) ОМ, выразители ОМ (при отсутствии совпадения)
- Статическая модель ОМ
- Динамическая модель ОМ
- Технологии, использованные на фазе становления ОМ (при наличии).
- Технологии, использованные на фазе функционирования ОМ (при наличии).
- Технологии, использованные на фазе убывания ОМ (при наличии).

Тема 3. Управление общественным мнением: анализ коммуникационных проектов.

Специфика управления общественным мнением в различных сферах социальных коммуникаций: политика, экономика, культура, спорт и др. Использование социальными субъектами коммуникативных и иных технологий в управлении общественным мнением: анализ коммуникационных проектов. Оценка эффективности коммуникационных стратегий.

Международные PR-кампании и их влияние на глобальное общественное мнение. Культурные особенности и локализация стратегий управления мнением. Кейсы успешных и неудачных кампаний по управлению общественным мнением в разных странах.

Этические аспекты управления общественным мнением: манипуляция и этика в управлении общественным мнением; вопросы прозрачности и доверия в коммуникациях; роль социально ответственного PR.

Форма СРС: Подготовить для совместного обсуждения разработки стратегий командной работы по управлению общественным мнением в какой-либо области социального оценивания: политика, экономика, право, мораль, религия, искусство с использованием определенного перечня технологий.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, коллоквиумов, решения кейсов, выполнения домашних заданий, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет с оценкой в пятом семестре проводится в устной форме по билетам. Экзаменационный билет состоит из двух вопросов. Продолжительность зачета с оценкой 1 час.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

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

- в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.
- г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

1. Бунов Е. Общественное мнение в управлении социальными процессами / Государственный университет управления. – М.: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 166 с. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=378429> (доступ с сайта НБ ТГУ).

2. Галицкий Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов: учебник для вузов. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 570 с. Электронный ресурс URL: <http://www.biblio-online.ru/book/EE1D03E0-11C3-4726-AB58-622E556B1BF5>

3. Козырев Г. И. Социология общественного мнения: образ врага в истории, теории и общественном сознании : Учебное пособие / Российский химико-технологический университет им. Д.И. Менделеева. - 1. - Москва : Издательский Дом "ФОРУМ", 2021. - 254 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=368485>.

4. Малькевич А.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 109 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.biblio-online.ru/book/508EE4F6-D4F7-4C9D-8CA9-364D7AC1D2F8>

5. Франц В. А. Управление общественным мнением: учебное пособие для академического бакалавриата. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 133 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.biblio-online.ru/book/0CAA48DB-3738-456A-925B-0C7DF641998A>

6. Шпаковский В. О. Технологии управления общественным мнением : Учебное пособие / Пензенский государственный университет. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 240 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=346715>.

б) дополнительная литература:

1. Бергер П. Л. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания / Питер Бергер, Томас Лукман; [пер. с нем. Е. Руткевич]. - Москва: Медиум, 1995. - 322, [1] с. URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000011727/000011727.pdf>

2. Бернейс Э. Кристаллизация общественного мнения / Эдвард Бернейс ; [пер. с англ. Н. А. Коневской, Н. М. Макаровой ; предисл. и общ. ред. И. Е. Минтусова и А. Ф. Векслер ; науч. ред. А. Ф. Векслер]. - Москва [и др.]: Вильямс, 2015. - 1 онлайн-ресурс (272 с.). URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000556039/000556039.pdf>

3. Бурдьё П. телевидении и журналистике / Пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой; Отв. ред., предисл. Н. Шматко. — М.: Фонд научных исследований "Прагматика культуры", Институт экспериментальной социологии, 2002. — 160 с.

4. 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>

5. 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>

6. Горшков М.К. Общественное мнение: История и современность. - М.: Политиздат, 1988. - 383 с.

7. Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики: [пер. с англ.] /Эм Гриффин; [науч. ред. А. А. Киселева]. – Харьков: Гуманитарный центр, 2015. – 686 с.
8. Грушин Б. А. Мнения о мире и мир мнений: проблемы методологии исследования общественного мнения /Б. А. Грушин - М. : Политиздат , 1967. - 399,[1] с.
9. Грушин Б.А. Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения [Кн. 1] : Очерки массового сознания россиян времен Хрущева, Брежнева, Горбачева и Ельцина: В 4 книгах /Б. А. Грушин; Ин-т философии РАН, Ин-т социологии РАН, Служба изучения обществ. мнения "Vox Populi". -М.: Прогресс-Традиция, 2001. - 619 с.
10. Докторов Б. З. Первопроходцы мира мнений: от Гэллага до Грушина. - М.: Ин-т фонда "Обществ. мнение", 2005. - 237 с.
11. Докторов Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США: история зарождения, судьбы творцов. - М.: Центр социального прогнозирования , 2008. – 626 с.
12. Доти Дороти И. Паблицити и паблик рилейшнз /Дороти Доти ; пер. с англ. В. А. Егоров. - М.: Филинь , 1998. - 286 с
13. 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>
14. 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.
15. Кривоносов А.Д. Основы спичрайтинга. Учебное пособие для студентов отделений связей с общественностью. — СПб.: Лаборатория оперативной печати фак-та журналистики СПбГУ, 2003. — 56с.
16. 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>
17. Козырев Г. И. Социология общественного мнения: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – М.: ИНФРА-М [и др.] , 2014. – 223 с.
18. Коняшин С.С. Стереотипы в информационно-новостном управлении общественным мнением: на примере телевизионных СМИ / предисл. В.Л.Артемова. – М.: Ленанд, 2018. – 196 с.
19. Лебон Г. Психология масс: - / Лебон Г.; пер. Пименова Э. К., Фридман А. – М.: Юрайт, 2020. - 264 с - (Антология мысли). URL: <https://urait.ru/bcode/456133>
20. Лимнатис Н. Манипулирование: сущность, проявление, пути снятия (философский и социально-политический анализ). - М.: Экономическая демократия, 2000. - 216 с.
21. Липпман У. Общественное мнение / Уолтер Липпман; пер. с англ. Т. В. Барчуновой; [ред. пер. К. А. Левенсон и др.]. – М.: Институт Фонда "Общественное мнение", 2004. - 1 онлайн-ресурс (374 с.): URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000554242/000554242.pdf>
22. Луман Н. Реальность массмедиа: [пер. с нем.] / Никлас Луман ; [послесл. А. Ю. Антоновского, с. 221-248]. - Москва: Праксис, 2005. - 253, [1] с. - (Образ общества). URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000226585/000226585.pdf>
23. Методика изучения общественного мнения : Сборник научных трудов /Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова; Редкол.: С. В. Туманов и др. – М. : Издательство Московского университета , 1992. - 91 с.
24. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс: монография / Московичи С. – М.: Академический Проект, 2020. - 396 с. URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829127862.html>
25. 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>

26. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания [пер. с нем. Рыбаковой Л. Н.]– М.: Прогресс-Академия [и др.], 1996.- 442 с.

27. Общественное мнение и пропаганда /[А. К. Уледов, В. Л. Артемов, А. В. Варламов и др. ; Редкол. : А. К. Уледов (отв. ред.) и др.]. - М.: Мысль, 1980. 270 с.

28. Общественное мнение. Ценности и оценки электорального поведения Электронный ресурс. – Саратов: Вузовское образование, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/31701.html>

29. От Ельцина до Путина: три эпохи в историческом сознании россиян /[С. Львов, В. Петухов, В. Федоров, Л. Бызов ; под ред. В. Фёдорова] ; Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). – М.: ВЦИОМ, 2007. 223 с.

30. Почепцов Г. Г. Информационные войны: новый инструмент политики – М.: Алгоритм, 2015. – 254 с. Электронный ресурс URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000555013/000555013.pdf>

31. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. Пер. с англ. Д. Борисова. — М.: Ультра.Культура, 2003. — 368 с.

32. 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>

33. 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>

34. Тард Г. Общественное мнение и толпа / Тард Г. - Санкт-Петербург: Лань. - 91 с. URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=47049

35. Тард Г. д. Публика и толпа: этюд / Габриэль Тард; пер. Ф. Латернера. - Санкт-Петербург: Изд. б-ки бывш. Иванова, 1899. - 48 с.

36. Тард Г. Личность и толпа: Очерки по социальной психологии /Г. Тард; Пер. с фр. Е. А. Предтеченского Тард, Габриэль де 1843-1904. - СПб.: Большаков, Голов, 1903 - 178с.

37. Тен Н.В. От Пушкина до Путина: образ России в современном Китае (1991-2010) – М.: Новое литературное обозрение, 2016. – 291 с.

38. Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы. Исследование относительно категории буржуазного общества. С предисловием к переизданию 1990 г. / Пер. с нем. В.В. Иванова. М.: Весь мир, 2016. 344 с.

39. Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения /Джон Цаллер ; пер. с англ. А. А. Петровой. – М.: Ин-т фонда "Обществ. мнение", 2004. - 558 с.

40. Чалдини Р. Психология влияния. Спб: издательство "Питер", 2014

41. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. Пер. с фр. / Faire l'opinion le nouveau jeu politique. Paris, Minuit, 1990. Перевод под ред. Осиповой Н.Г./- М.: Socio-Logos, 1997 г. - 317 с.

42. Юнг Р. Психология убеждения: главные секреты влияния на людей / [пер. с англ. А. Ефимова, А. Золотова]. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер , 2012.- 237 с.

в) ресурсы сети Интернет:

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 национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: <https://openedu.ru/course/>
4. База данных Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ramu.ru/ramu-program.php>
5. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 1998. URL: <http://www.rsl.ru>
6. Научная библиотека МГУ им. М. В. Ломоносова [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 2000. URL: <http://www.lib.msu.ru>
7. Научная библиотека Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Томск, 1998. – URL: <http://www.lib.tsu.ru>
8. Международная трансдисциплинарная научно-практическая WEB-конференция «Connect-Universum» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан.– URL: <http://connect-universum.tsu.ru>
9. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 2000. – URL: <http://elibrary.ru>
10. Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 1998. – Режим доступа – URL: <http://cyberleninka.ru>
11. Информационно-справочные материалы компании «Михайлов и партнеры. Стратегические коммуникации». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mikh-partn.ru>
12. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pr-club.com/>
13. Информационно-справочные материалы рекламной группы «Мелехов & Филюрин». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-f.ru>
14. Информационно-справочные материалы российского специализированного журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.press-service.ru/terms/141/>
15. Информационно-справочные материалы компании «Gallery. Реклама в формате города». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gallerymedia.com/out-of-home/>
16. Scopus - База данных научных рефератов и цитирования – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

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/>
- в) профессиональные базы данных (*при наличии*):

- Университетская информационная система РОССИЯ – <https://uisrussia.msu.ru/>
- Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) – <https://www.fedstat.ru/>
- РосНавык — мониторинг рынка труда в России - <https://rosnavyk.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

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

Проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и семинарские занятия; другая техника для презентаций учебного материала.

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»).

15. Информация о разработчиках

Окушова Г.А., к.филос.н, доцент, доцент кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

Рецензент: Кужелева-Саган И.П., доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социальных коммуникаций НИ ТГУ