

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

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:

Декан

В.В. Мацуга Д. Ю. Баланев

Рабочая программа дисциплины

Основы теории коммуникации

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

2025

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

И.В. Гужова

Председатель УМК

М.А. Подойница

Томск – 2025

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.

УК-5. Способен выстраивать межличностное и межгрупповое взаимодействие и общение на русском и иностранном языках, с учётом особенностей различных культурных, социально- исторических, этнических, философских, профессиональных контекстов

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

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

РОУК-5.2 Умеет вести дискуссию, выстраивать аргументацию на русском и иностранном языках; учитывать историческую обусловленность разнообразия и мультикультурности общества при межличностном и межгрупповом взаимодействии; осуществлять коммуникацию, учитывая разнообразие и мультикультурность общества

2. Задачи освоения дисциплины

– Освоить структуру, виды и средства коммуникационного процесса и использовать их, опираясь на 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.

– Научиться 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.

– Научиться вести дискуссию, выстраивать аргументацию на русском и иностранном языках; учитывать историческую обусловленность разнообразия и мультикультурности общества при межличностном и межгрупповом взаимодействии; осуществлять коммуникацию, учитывая разнообразие и мультикультурность общества.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, является обязательной для изучения.

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

Первый семестр, зачет

Второй семестр, экзамен

5. Входные требования для освоения дисциплины

Освоение дисциплины «Основы теории коммуникации» начинается с первого семестра 1 курса. Курс формирует заявленные компетенции в интеграции со следующими дисциплинами: «Социология», «Русский язык и культура речи», «Философия», «Сетевые сообщества и субкультуры».

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 7 з.е., 252 часов, из которых:

-лекции: 32 ч.

-практические занятия: 56 ч.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Коммуникация: научные подходы, виды коммуникации и аудиторий в профессиональной рекламной и PR деятельности.

Коммуникация и коммуникативный процесс: научные подходы, структура, проблематика современных исследований. Межличностная, групповая и массовая коммуникация: аудитория и эффекты/последствия в профессиональной рекламной и PR деятельности. Социально-психологические особенности различных аудиторий коммуникативного процесса. Вербальная и невербальная коммуникация: аудитория и эффекты/последствия в профессиональной рекламной и PR деятельности. Визуальные и электронные коммуникации: аудитория и эффекты/последствия в профессиональной рекламной и PR деятельности. Анализ кейсов реализованных рекламных или PR-кампаний.

Форма СРС: скомпилировать кейс по основным понятиям теории коммуникации на примере конкретной рекламной или PR-кампании с опорой на принципы и приемы системного и критического мышления.

Тема 2. Профессиональная компетентность в коммуникативной деятельности: моделирование, проектирование, социальная ответственность.

Коммуникативная компетентность будущего профессионала в сфере рекламы и связей с общественностью. Модели коммуникации в рекламе и PR: аудитории, социальная ответственность. Проектная и технологическая компетенция в коммуникативной деятельности. Анализ кейсов реализованных рекламных или PR-кампаний.

Форма СРС: составить аналитический обзор коммуникационных проектов (реализованных рекламных или PR-кампаний) с указанием структуры (источник – отправитель – сообщение – канал – средства – аудитория – обратная связь с электронными), направленных на формирование научной картины мира.

Тема 3. Коммуникация как объект социально-философского и семиотического анализа.

Теория символического интеракционизма Дж.Мида и природа коммуникации по Ю.Хабермасу. Теория речевых актов Дж.Остина и Дж.Сёрла как методологическая основа

теории коммуникации Ю.Хабермаса. Теория социального действия М.Вебера как методологическая основа теории коммуникации Ю.Хабермаса. Системный подход в социальных науках на основе концепции Т.Парсонса. Коммуникативное действие Ю.Хабермаса: понятие и общая характеристика. Общество как система и жизненный мир в описании Ю.Хабермаса. Понятие общественности и делиберативная демократия. Прикладная грань коммуникативной концепции Ю.Хабермаса. PR-кейс в контексте коммуникативной концепции Ю.Хабермаса. Теория коммуникативного действия Ю.Хабермаса и её возможности в создании коммуникативных стратегий и отборе технологий для работы с общественностью.

Семиотический подход к коммуникации в работах Р.Барта, Ж.Бодрийяра, У. Эко.

Р. Барт о мифе как коммуникативной системе. Письмо, идеология и язык в работах Р.Барта (обратить внимание на понятие "нулевая степень письма"). Схема семиотического анализа рекламы по Р.Барту (обратить внимание на понятия "денотация" и "коннотация"). Мифодизайн как PR-технология (на примере имиджмейкинга). Общество потребления и коммуникация симулякров в концепции Ж.Бодрийяра. Основные идеи работы Ж.Бодрийяра "Реквием по масс-медиа". Р.Барт и Ж.Бодрийяр о фотографии. О семиотической концепции У.Эко. Эко У. «От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст»: общая характеристика работы.

Форма СРС: на основе анализа научной периодики последних трёх лет раскрыть тему: «Коммуникация как объект социально-философского и семиотического анализа» и составить библиографический список для дополнительного изучения.

Тема 4. Коммуникация как объект социологического анализа.

Системный подход и общество как коммуникация в социальной теории Н.Лумана. Средства коммуникации у Н.Лумана. Основные идеи книги Н.Лумана «Реальность масс-медиа». Феномен «фейк-ньюс» в информационно-коммуникативном обществе и фактчекинг (критическое мышление) как актуальная компетенция.

Социология коммуникации П.Бурдьё и И.Гофмана и её роль при учёте исторической обусловленности разнообразия и мультикультурности общества при межличностном и межгрупповом взаимодействии. Типология форм коммуникативного взаимодействия. Социология коммуникации П.Бурдьё: символический капитал, символическое производство, габитус, социальные пространства, поля, практики. Интересные тезисы из книги И.Гофмана «Представление себя другим в повседневной жизни». Социологические основания рекламной или PR деятельности с учётом запросов и потребностей общества и аудитории. Анализ кейсов.

Форма СРС: на основе анализа научной периодики последних трёх лет раскрыть тему: «Коммуникация как объект социологического анализа» и составить библиографический список для дополнительного изучения.

Тема 5. Коммуникация в информационно-коммуникативном сетевом обществе.

Коммуникационный процесс и потребности общества/аудитории в эпоху электронных СМИ и новых медиа (М.Маклюэн, Э.Тоффлер, Н.Больц, П.Вирильо). М.Маклюэн «Галактика Гутенберга: сотворение типографского человека»: тезисная характеристика содержания книги об исторических и современных общественных ценностях, о формировании научной картины мира. «Холодные» и «горячие» медиа в современной инфосфере. Э.Тоффлер Информационное общество, инфосфера, коммуникации и «демассификация сознания».

Электронные средства коммуникации для рекламной или PR деятельности в сетевом обществе (М.Кастельс, У.Митчелл). Анализ кейсов / коммуникативных проектов/ по использованию различных средств коммуникации в рекламной и PR деятельности, опираясь на социально-психологические особенности различных аудиторий и принципы социальной ответственности.

Форма СРС: на основе анализа научной периодики последних трёх лет раскрыть тему: «Коммуникация в информационно-коммуникативном сетевом обществе» и составить библиографический список для дополнительного изучения.

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 в первом семестре проводится в устной форме по билетам. Зачётный билет состоит из двух вопросов. Продолжительность зачета 1 час.

Экзамен во втором семестре проводится в устной форме по билетам. Экзаменационный билет состоит из двух вопросов. Продолжительность экзамена 1,5 часа.

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. Гойхман О. Я. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Российский новый университет; Московский педагогический государственный университет; Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина. - 1. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 352 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=399669>.

2. Коноваленко М. Ю. Теория коммуникации: учебник для вузов. – М.: Юрайт, 2024. - 415 с. URL: <https://urait.ru/bcode/535648>

3. Коноваленко В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Юрайт, 2024. - 384 с - (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/535909>

4. Чернышова Т. В. Основы теории публицистики: учебное пособие для вузов / Т. В. Чернышова. – М.: Юрайт, 2024. - 184 с. URL: <https://urait.ru/bcode/543275>

5. Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации: Учебник / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - 5. – М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 488 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=358540>.

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. Барт Р. Мифологии / Ролан Барт; Пер. с франц., вступ. ст. и коммент. С. Н. Зенкина. - М.: Издательство имени Сабашиных, 2000. - 314, [6] с.
3. Барт Р. Империя знаков: [пер. с фр.] / Ролан Барт. – М.: Праксис, 2004. - 142, [1] с.
4. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика: Перевод с французского / Роман Барт; Сост. , общ. ред. и вступ. ст. , с. 3-45, Г. К. Косикова. - М.: Прогресс, 1989. - 615 с.
5. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Ролан Барт; сост., пер. с фр. и вступ. ст. С. Зенкина. – М.: Издательство им. Сабашиных, 2003. - 511 с.
6. Барт Р. Нулевая степень письма: [сборник : пер. с фр.] / Ролан Барт ; [сост., науч. ред., авт. предисл., с. 5-45, и коммент. Г. К. Косиков]. – М.: Академический проект, 2008. - 430, [1] с.
7. Бочаров М.П., Чумиков А.Н., Тишкова М. PR в Интернете. Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 М.: Альпина, 2010. – 136 с.
8. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Жан Бодрийяр; [пер. с фр. С. Н. Зенкина]. - 4-е изд.. – М.: Добросвет [и др.], 2011. - 388, [1] с.
9. Бодрийяр Ж. Система вещей / Пер. с фр. С. Зенкина. - М. : Рудомино, 1995. - 174 с.. URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000012208/000012208.pdf>
10. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального / Жан Бодрийяр ; [Ф. А. Еремеев (гл. ред.)]. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, [2000]. - 95 с.
11. 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>
12. 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>
13. 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>
14. Гавра Д. П. Основы теории коммуникации. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2011. – 284 с.
15. 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.
16. Кастельс М. Галактика Интернет: [размышления об Интернете, бизнесе и обществе: пер. с англ.]. – Екатеринбург : У-Фактория, 2004. – 327 с.
17. Кастронова Э. Бегство в виртуальный мир. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 214 с.
18. Кривоносов А.Д. Основы спичрайтинга. Учебное пособие для студентов отделений связей с общественностью. — СПб.: Лаборатория оперативной печати фак-та журналистики СПбГУ, 2003. — 56с.

19. 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>
20. Назарчук А. В. Теория коммуникации в современной философии. – М.: Прогресс-Традиция, 2009. 318 с. Электронный ресурс <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000378570/000378570.pdf>
21. Назарчук А. В. Учение Никласа Лумана о коммуникации. – М.: Весь Мир, 2012. – 246 с. Электронный ресурс: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000436195/000436195.pdf>
22. 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>
23. Нургалеева Л.В. Виртуальные сообщества: исследовательские подходы и практики. – Томск: [ТГУ], 2012. – 71 с.
24. 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>
25. Шачин С. В. Коммуникативная теория разума Юргена Хабермаса: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук. 09.00.03 / С. -Петербургский гос. ун-т. - СПб, 1996. - 21 с.
26. Уэбстер Ф. Теории информационного общества /Фрэнк Уэбстер; пер. с англ. М. В. Арапова, Н. В. Малахиной; под ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Аспект-Пресс , 2004. – 398 с.
27. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Юрген Хабермас; Пер. с нем. под ред. Д. В. Складнева; Отв. ред. Б. В. Марков. - СПб.: Наука, 2000. – 377 с.
28. Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность : Лекции и интервью, Москва, апр. 1989 г. : Перевод с немецкого / АН СССР, Ин-т философии. - М.: Наука, 1992. - 175 с.
29. Хабермас Ю. Техника и наука как "идеология": пер. с нем. / Юрген Хабермас ; под ред. О. В. Кильдюшова. - Москва : Праксис, 2007. - 201, [1] с
30. Эко У. Пять эссе на темы этики : Сборник / Умберто Эко; Пер. с ит. Е. А. Костюкович.. - СПб. : Симпозиум, 2000. - 90,[6] с.
31. Эко У. От древа к лабиринту. Исторические исследования знака и интерпретации : монография / Эко У.. - Москва : Академический Проект, 2020. - 559 с.. URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829133832.html>
32. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / Умберто Эко; пер. с ит. Веры Резник и Александра Погоняйло ; [отв. ред. Владимир Петров]. - Санкт-Петербург: Симпозиум, 2004. - 538, [5] 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 On-eNote, 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») в зависимости от факторов макросреды.

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