Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт общественных наук

(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала)

Кафедра политических и общественных коммуникаций
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой политических и общественных коммуникаций
Протокол от «29» августа 2016 г. №12

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ОД.18 «Медиапланирование»
(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности)

«Реклама и связи с общественностью» (Liberal Arts)

(направленность (профиль))

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма обучения)

2017

(год набора)

Москва, 2016 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Преподаватель Ефремов Александр Владимирович

Заведующий кафедрой информационных технологий, к.техн.н. Голосов Павел Евгеньевич

Заведующий кафедрой политических и общественных коммуникаций, профессор, PhD С. Потоликкио

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание и структура дисциплины

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

6.2. Дополнительная литература

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

6.4. Нормативные правовые документы

6.5. Интернет-ресурсы

6.6. Иные источники

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.18 «Медиапланирование» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA-2	Способность самостоятельно организовывать свою деятельность и планировать деятельность организации в оперативном режиме	ПК ОС LA- 2.2	Способность планирования деятельности и развития фирмы
ПК ОС LA-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в отделах рекламы и связях с общественностью в различных организациях и средствах массовой информации	ПК ОС LA-12.1	Способность разработки рекламного продукта и продукта в сфере PR, с учетом сферы социального бытия
ПК ОС LA-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия по связям с общественностью	ПК ОС LA-13.1	Способность анализировать процессы деятельности организации в выбранной сфере, проводить описание конкретных приемов коммуникационных мероприятий

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Определение целевых результатов коммуникационной стратегии; разработка плана и графика реализации проекта	ПК ОС LA-2.2	на уровне знаний: - закономерностей функционирования отдела по связям с общественностью на предприятиях, принципы организации и планирования деятельности структуры по рекламе и связям с общественностью; - места и роли моральных норм и кодексов профессионального поведения в деятельности специалистов по связям с общественностью;

		нравственный анализ межличностных отношений в области СО и их влиянии на результат деятельности; сущность, характер и взаимодействие правовых явлений, их взаимосвязь в целостной системе знаний и значение для реализации права в деятельности практика СО
		на уровне умений: - осуществлять оперативное планирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; - осуществлять методологически обоснованный сбор информации; составлять медиапланы, опираясь на современные методики; составлять медиаплан на основе проведенных исследований по заданным параметрам; осуществлять медиапланирование рекламных кампаний на основе маркетинговых и социологических исследований применять основные методы; проведения исследований при составлении медиаплана
		на уровне навыков: - навыками формирования имиджа в профессиональной деятельности: личностного имиджа и имиджа организации; - навыками по организации и планированию деятельности структуры по рекламе и связям с общественностью
Выбор методологии и инструментов; планирование работ	ПК ОС LA-12.1	на уровне знаний: - основные понятия и теоретические основы рекламы и PR; - технику взаимодействия организации и общества, общества и СМИ; - типологию и принципы создания рекламного продукта и продукта в сфере PR
		на уровне умений: - осуществлять свои профессиональные функции во всех сферах жизнедеятельности общества; - создавать оптимальные условия для профессиональной деятельности, подготовить материалы для создания рекламного продукта и PR; - осуществлять анализ любых СМИ и организовывать любые PR-мероприятия
		на уровне навыков: - навыками формирования общественного мнения и производства рекламного продукта. - навыками организации работы отдела по СО,

		отдела рекламы, СМИ в любой сфере социального бытия. - владение методиками мониторинга, SWOT-анализа, контент-анализа, 17 планирования, проведения и оценки PR-мероприятия
Определение порядка реализации коммуникационной стратегии; выбор методологии и инструментов	ПК ОС LA-13.1	на уровне знаний: - механизмы деятельности рекламной организации. - основные принципы работы рекламной и PR-организации
		на уровне умений: - составлять планы и графики рекламных кампаний и мероприятий, разработать техническое исполнение. - работать с рекламой, рекламными и пропагандистскими кампаниями. - проводить презентацию, интервью, пресс-конференцию и т.д.
		на уровне навыков: - навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности и общественностью. - навыками контроля за рекламной продукцией. - навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина по учебному плану составляет 2 ЗЕ, т.е. 72 ак.ч./54 аст.ч, в том числе 28 ак.ч./21 аст.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий и 44 ак.ч./33 аст.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

— Б1.В.ОД.18 «Медиапланирование», 3 курс, 6 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

— дисциплина реализуется после изучения: Б1.В.ОД.13 «Правовое регулирование массовых коммуникаций», Б1.В.ОД.16 «Публичная политика и взаимодействие с органами государственной власти».

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.			Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с	СР	

			преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Наука как социокультурный феномен. Становление научного знания	8/6			4/3		4/3	О, Д
Тема 2	Методология научного исследования. Метод и методология.	12/9			4/3		8/6	О, Д
Тема 3	Классификация методов научного исследования. Многоуровневая концепция методологического знания	12/9			4/3		8/6	О,Д
Тема 4	Специфика методов социально - гуманитарных наук. О новой парадигме социальной методологии. Объективные основания становления новой методологии социально - огуманитарного познания. Черты новой парадигмы исследования.	12/9			4/3		8/6	ДЗ
Тема 5	СМИ как объект исследования. СМИ и медиа – различия терминов	12/9			4/3		8/6	О, Д, ДЗ
Тема 6	Основные научные течения и школы исследования СМИ Компоненты	8/6			4/3		4/3	О, ДЗ

	СМИ как предмет исследования							
Тема 7	Техника проведения научных исследований (основные приемы)	8/6			4/3		4/3	О, Д
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
	Всего:	72/54			28/21		44/33	

Примечание:

*** – разработчик указывает необходимые формы текущего контроля успеваемости: курсовые проекты (КП), курсовые работы (КР), контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол), эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.*

**** - разработчик указывает необходимые формы промежуточной аттестации: экзамен (Экз), зачет (За), зачет с оценкой (ЗаО) и др.*

Содержание дисциплины

Тема 1. Наука как социокультурный феномен. Становление научного знания

Место науки в истории цивилизации. Социокультурная обусловленность развития научного знания. Значение рационализма и эмпиризма в становлении науки Нового времени. Этапы развития, онтологические основания и гносеологические особенности классической, неклассической, постнеклассической науки.

Тема 2. Методология научного исследования. Метод и методология.

Определение понятий: «метод» и «методология». Соотношение понятий «методология» и «метод». Философские «начала» методологии: диалектический метод Сократа и Платона, индуктивный метод Ф. Бекона, рационалистический метод Р.Декарта, антитетический метод Фихте, диалектический метод Г. Гегеля и К.Маркса, феноменологический метод Э. Гуссерля. Взаимосвязь с логикой и другими отраслями научного знания.

Тема 3. Классификация методов научного исследования. Многоуровневая концепция методологического знания

Многоуровневая концепция методологического знания. Основные группы методов научного познания: философские, частно-научные, дисциплинарные, междисциплинарные методы. Роль диалектико-материалистической методологии в современном научном познании. Основные принципы диалектического метода. Место «внерациональных» методов исследования.

Тема 4. Специфика методов социально - гуманитарных наук. О новой парадигме социальной методологии. Объективные основания становления новой методологии социально - гуманитарного познания. Черты новой парадигмы исследования.

Роль общенаучных методов и принципов в социально-гуманитарных исследованиях: наблюдения, этнометодологии, социального эксперимента, биографического, идеографического, монографического методов, сравнительного (компаративистского) метода, проективных и игровых методов, тестирования, социометриии, медиаметрии, иконографии… Объективные основания становления новой методологии социально- гуманитарного познания.

Тема 5. СМИ как объект исследования. СМИ и медиа – различия терминов

Роль СМИ в обществе. Принципы медиации. Медиа – как опосредование коммуникации. Периодичность и направленность на массовую аудиторию – как ключевые факторы отличия СМИ от медиа. Медиапланирование и исследования СМИ. Медиа, культурные продукты и СМИ как объекты исследования. Отличия СМИ и СМК (средства массовой коммуникации). Профессии информации и коммуникации. Нематериальная сущность информации. Материальная сущность коммуникации. Информация как абстрактный контент. Роль языка. Информация и пропаганда. Информационное общество и его определения. Технократические видения будущего СМИ. Галактика Гутенберга и галактика Маклюэна.

Тема 6. Основные научные течения и школы исследования СМИ Компоненты СМИ как предмет исследования

Эмпирико-функционалистский подход к исследованию СМИ Линейные и нелинейные принципы функционирования СМИ. Ранние теории – от математической теории информации к цикличной модели Шрамма. Модель пропаганды Уолтера Липпмана. Теория двухступечатого потока Лазарсфельда. Пятиактантная модель Ласуэлла. Парадигма пользователя СМИ в работах Элиху Каца. Критическая теория Особенности критического подхода. Франкфуртская школа. Взаимоотношения ученых Франкфуртской школы и представителей эмпириков. Работы по индустриализации культуры (Адорно, Хоркхаймер, Беньямин). Поздняя Франкфуртская школа (работы Маркузе). Юрген Хабермас и теория общественной сферы. Структурная лингвистика Парадигма непрозрачности языка. Семиология как наука (Ф. де Соссюр). Мифология и работы Барта. СМИ как дискурс и теория Ван Дейка. Структурная семантика СМИ (Греймас). Тема Коммуникативистика: теоретические концепции и методы В орбите структурализма. Деконструкционизм и «новые акценты».

Тема 7. Техника проведения научных исследований (основные приемы)

Медиаметрия Основные задачи медиаметрии. Область применения, цель и задачи. Техника медиаметрии. Основные методы анализа теорий СМИ Методы исследования различных групп теорий СМИ. Анализ корпуса, этнологические методы, компаративистские методы, методы анализа литературы (классические).

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.18 «Медиапланирование» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

при проведении занятий лекционного типа:
занятия лекционного типа не предусматриваются

при проведении занятий семинарского типа:
опросы, диспуты

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

домашние задания

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Примерная тематика опросов и диспутов:

1. Обзор теоретических концепций медиаисследований, базирующихся на общенаучных методах и принципах социально-гуманитарных исследований: наблюдении, этнометодологии, социальном эксперименте, биографическом, идеографическом, монографическом методах, сравнительном (компаративистском) методе, проективных и игровых методах, тестировании, социометриии, медиаметрии, иконографии.
2. Основные научные течения и школы исследования СМИ. Обзор научной литературы по теме. Обоснование целесообразности обращения к той или иной исследовательской парадигме. Обсуждение в ходе семинарского занятия.
3. Экономический анализ СМИ.

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA-2	Способность самостоятельно организовывать свою деятельность и планировать деятельность организации в оперативном режиме	ПК ОС LA- 2.2	Способность планирования деятельности и развития фирмы
ПК ОС LA-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в отделах рекламы и связях с общественностью в различных организациях и средствах массовой информации	ПК ОС LA-12.1	Способность разработки рекламного продукта и продукта в сфере PR, с учетом сферы социального бытия

ПК ОС LA-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия по связям с общественностью	ПК ОС LA-13.1	Способность анализировать процессы деятельности организации в выбранной сфере, проводить описание конкретных приемов коммуникационных мероприятий

Этап компетенции	**Показатели оценивания**	**Критерии оценивания**
2 этап (код этапа ПК ОС LA -2.2)	Составляет стратегический и тактический планы организации деятельности фирмы Способен построить коммуникационную политику фирмы	Использует и применяет принципы, методы и инструментарий стратегического и тактического планирования коммуникаций Описывает/выстраивает алгоритм разработки коммуникационной политики фирмы
1 этап (код этапа ПК ОС LA -12.1)	Способен производить рекламные и PR-продукты Составляет техническое задание на разработку продуктов	Использует и применяет знания по разработке коммуникационных продуктов Выстраивает алгоритмы создания продуктов
1 этап (код этапа ПК ОС LA -13.1)	Способен анализировать процессы деятельности организации	Студент в состоянии описать конкретные приемы мероприятий Студент понимает процессы, которые проходят в организации

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета с оценкой в форме устного ответа на вопросы.

4.2.3. Типовые оценочные средства

Примерные вопросы для зачета:

1. Наука как социокультурный феномен. Становление научного знания.
2. Этапы развития, онтологические основания и гносеологические особенности классической, неклассической, постнеклассической науки.
3. Методология научного исследования. Метод и методология.
4. Классификация методов научного исследования. Многоуровневая концепция методологического знания.
5. Особенности современного социального познания. Социально- гуманитарное познание как ценностно-смысловое освоение и воспроизведение человеческого бытия. Текстовая природа социального познания.
6. Специфика методов социально-гуманитарных наук. О новой парадигме социальной методологии.
7. Объективные основания становления новой методологии социально-гуманитарного познания. Черты новой парадигмы исследования.

8. Специфика исследования контента и процессов функционирования информационных систем, обслуживающих социокультурные сферы жизнедеятельности современного общества.

9. Актуализация проблемы междисциплинарных исследований функционирования СМИ и СМК в период становления информационного общества.

10.СМИ как объект исследования. СМИ и медиа – различия терминов.

11. Медиапланирование и исследования СМИ. Медиа, культурные продукты и СМИ как объекты исследования.

12. СМИ и информационно-коммуникационные технологии.

13. Информация и коммуникация.

14. Компоненты СМИ как предмет исследования.

15. Эмпирико-функционалистский подход к исследованию СМИ

16. Критическая теория

17. Структурная лингвистика

18. Коммуникативистика: теоретические концепции и методы 19. Культурологические подходы к анализу СМИ

20. Медиаметрия

21. Основные методы анализа теорий СМИ

22. Концептуальные приемы научных исследований СМИ.

23. Анализ материалов СМИ

24. Техника проведения научных исследований (основные приемы).

25. Основные научные течения и школы исследования СМИ.

26. Ведущие «западные» и отечественные исследователи СМИ и СМК: методологические подходы и новаторство

27. Методика исследования новых сфер функционирования массовой информации (специализированных, тематических СМИ, сетевых СМИ, блогосферы…).

28. Описание, типология и классификация новых или модернизированных, в том числе конвергентных СМИ. Опыт зарубежных и отечественных исследований

29. Качественные методы исследования.

30. Методологический подход и методика исследования конкретной научной проблемы

Шкала оценивания.

Знания, умения, навыки студента на зачете с оценкой оцениваются следующим образом:

«*отлично*» – 5,

«*хорошо*» – 4,

«*удовлетворительно*» – *3*,

«*неудовлетворительно*» – 2.

Положительными оценками являются: 3-5

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

5 «Отлично»	Ответ соответствует показателям и критериям

	оценивания – 86-100%
4 «Хорошо»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 70-85%
3 «Удовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-69%
2 «Неудовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

4.3. Методические материалы

Раздел раскрывается в Паспортах компетенции ПК ОС LA – 2, ПК ОС LA – 12 и ПК ОС LA – 13 (Приложение 1 ОП ВО).

2 раздел в Методических рекомендациях организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС
http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС
(http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie_o_tekushem_kontrole_31_07_2015.pdf)

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

Дисциплина «Медиапланирование» изучается на протяжении одного семестра и завершается зачетом с оценкой. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки в соответствии с этапами формирования компетенций.

Организация деятельности студента по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Практические занятия	На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники. Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам

	семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.
Групповая дискуссия, диспут	Групповая дискуссия - это средство, которое позволяет определить уровень сформированности профессиональных навыков в условиях максимально приближенных к профессиональной среде. Модерацией дискуссии занимается преподаватель, который предлагает актуальную тему для дискуссии, ставит вопросы, акцентирует внимание аудитории на наиболее значимых аспектах. Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее возможного разрешения, умение вести цивилизованный диалог, отстаивать свою точку зрения, аргументировано отвечать на правовые позиции иных участников групповой дискуссии, способность «на ходу» оценивать свои и чужие аргументы и факты, свободно оперировать фактическим материалом и без предварительной подготовки обрабатывать возникающие вопросы и проблемы. Семинар-дискуссия может содержать элементы «мозгового штурма»: участники стремятся выдвинуть как можно больше идей, не подвергая их критике; потом выделяются главные, они обсуждаются и развиваются, оцениваются возможности их доказательства или опровержения.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

Шарков Ф.И., Бузин В.Н.	Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование	Дашков и К	2015	http://www.iprbookshop.ru/14342.html

Бузин В.Н., Бузина Т.С.	Медиапланирование. Теория и практика	ЮНИТИ-ДАНА	2015	http://www.iprbookshop.ru/52673.html
Киселёв А.Г.	Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть	ЮНИТИ-ДАНА	2015	http://www.iprbookshop.ru/52573.html

6.2. Дополнительная литература
.

Романов А.А.	Массовые коммуникации	Евразийский открытый институт	2010	http://www.iprbookshop.ru/10771.html
Головлева Е.Л.	Массовые коммуникации и медиапланирование	Академический проспект	2009	http://www.iprbookshop.ru/36405.html

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Белановский С.А. Метод фокус-групп. –М.: Магистр, 1996. -272 с.
2. Боришполец К.П. Методы политических исследований: Учебное пособие для студентов вузов/ К.П. Боришполец. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 221 с.
3. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учеб. пособие / Елена Вартанова. –М.: Аспект Пресс, 2003. – 335 с.
4. Джарол Б., Мангейм К., Ричард К. Рич. Политология. Методы исследования: Пер. с англ. /Общ. ред. и вступ. сл. А.К. Соколова. – М.: Издательство «Весь мир», 1999. – 544 с.
5. Жеребцов М.В. Метод «Grounded Theory» как метод качественного анализа данных// Вестник Московского университета. Сер.18. Социология и политология. – 2004. - №1. – с. 89-104.

6.4. Нормативные правовые документы.
Не предусматриваются

6.5. Интернет-ресурсы.

1. www.mediascope.ru
2. www. medialogia.ru
3. www.mediaguide.ru

4. www.www.editorsweblog.ru
5. www.gipp.ru
6.www.WAN-PRESS.RU
7. www. wan-press.org/Home
8. www.gdf.ru
9. www.mediacratia.ru
10. www.smi.ru

6.6. Иные источники.

1.http://iprbookshop.ru/ (Электронная научная библиотека РАНХиГС)
2.http://elibrary.ru/defaultx.asp (Электронная библиотека)
3.https://www.biblio-online.ru/ (Электронная библиотека издательства «Юрайт»)
4.www.google.ru (Поисковая система)
5.www.yandex.ru (Поисковая система)

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специализированного оснащения для выполнения практических занятий и заданий не требуется.

Для реализации дисциплины необходимо следующее материально-техническое и программное обеспечение, включающее аудитории, программное обеспечение, технические средства:

- Аудитории со столами по количеству студентов, оборудованные экраном и проектором (допускается использование переносной/мобильной техники);
- Программное обеспечение Microsoft Word или аналог;
- MS PowerPoint или аналогичный редактор презентаций (допускается наличие в компьютерных классах при предоставлении доступа студентам по предварительному запросу).