

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

*подписано электронно-цифровой подписью*

### Программа дисциплины

Психология имиджа интернет-журналиста Б1.В.ОД.3

Направление подготовки: 42.03.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Новые компьютерные технологии в средствах массовой информации

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Айтуганова М.Л. , Дорошук Е.С.

**Рецензент(ы):**

Наговицина Т.А.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Дорошук Е. С.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No 941835216

Казань  
2016

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) Айтуганова М.Л. ; заведующий кафедрой, д.н. (профессор) Дорошук Е.С. Кафедра теории и практики электронных средств массовой информации Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций , Leona31@yandex.ru

## 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины "Психология имиджа журналиста-международника" являются:

- знакомство студентов с психологическими особенностями процесса создания имиджа журналиста, который включает развитие профессиональных качеств личности, самоанализ творческого кредо журналиста, выработку основных слагаемых имиджа журналиста; представление студента об имидже как о медиапродукте;
- овладение студентами основными психологическими приемами создания образа для успешного продвижения по карьерной и профессиональной лестнице в области международной журналистики; овладение психологическими методиками разработки процесса формирования имиджа как медиапроекта;
- создание условий для формирования и развития основных компетенций, способствующих развитию личностных качеств будущего журналиста, в том числе и как специалистов в области имиджмейкерства с учетом специфики международной журналистики.

## 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ОД.3 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.03.02 Журналистика и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Дисциплина цикла Б1.ДВ.1 "Имидж журналиста-международника" является составной частью гуманитарного, социального и экономического цикла, читается как дисциплина по выбору для студентов старших курсов( 4 курс, 8 семестр). Она органично связана с такими дисциплинами как "Философия", "Культурология", "Основы межкультурной коммуникации", "Основы семиотики", "Современный русский язык" и т.д. Все эти курсы предшествуют изучению проблем психологии имиджа журналиста. Так же этому предшествуют и дополняют курсы из профессионального цикла: "Теория и практика международной журналистики", "Основы радиожурналистики и современная практика телевидения" и т.д.

Для того, чтобы изучение дисциплины "Имидж журналиста-международника" было эффективным студенту необходимо обладать знаниями из области психологии творческой деятельности, навыками в области культуры речи и пр.

## 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-7 (общекультурные компетенции)	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основные понятия психологии имиджа, делая акцент на понятиях "имиджформирующая информация", "классификация имиджей", "невербальный и вербальный язык общения", "коммуникация" и т.д.

- законы восприятия информации аудиторией, психологические барьеры восприятия информации аудиторией;
- профессиональные качества журналиста, коммуникационные эффекты.

2. должен уметь:

- ориентироваться в современных технологиях создания образа;
- анализировать процессы восприятия журналиста аудиторией, а также проводить самоанализ творческого кредо журналиста;
- выработать основные слагаемые имиджа журналиста, исходя из представлений об имидже как о медиапродукте.

3. должен владеть:

- навыками формирования и корректирования имиджа журналиста;
- приемами и методиками самосовершенствования для успешной профессиональной деятельности;
- способами продвижения имиджа как медиапродукта

применять полученные знания на практике

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 8 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

#### 4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

##### Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Понятие имиджа. Психологические аспекты	8	1,2	2	2	0	письменное домашнее задание

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Психологические особенности и процесса восприятия информации	8	3,4	2	2	0	письменное домашнее задание
3.	Тема 3. Потребности, мотивы, эмоции людей	8	5,6	2	2	0	эссе
4.	Тема 4. Взаимодействие и коммуникация в процессе формирования имиджа журналиста-международника	8	7,8	4	4	0	контрольная точка
5.	Тема 5. Социальное восприятие: психологические особенности и слагаемые	8	9,10	2	2	0	творческое задание
6.	Тема 6. Деловая риторика и психология имиджа журналиста-международника	8	11,12	4	4	0	эссе
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	зачет
	Итого			16	16	0	

## 4.2 Содержание дисциплины

### Тема 1. Понятие имиджа. Психологические аспекты

#### *лекционное занятие (2 часа(ов)):*

Введение в предмет. Особенности изучаемого явления. Литература для самостоятельного изучения имиджа. Имидж как социально-психологический феномен. Имидж и стереотип: общее и частное (компаративистский подход). Имидж как средство пропаганды (К.Боулдинг, Э.Барноу, Д.Уайкофф). Имидж и политическое влияние. Функции имиджа и стереотипа, представление и обобщение.

#### *практическое занятие (2 часа(ов)):*

Студенты решают ряд практических задач по определению имиджа и стереотипа на материалах средств массовой информации (по выбору студента).

### Тема 2. Психологические особенности и процесса восприятия информации

#### *лекционное занятие (2 часа(ов)):*

Информационный процесс как особый вид информационного воздействия и коммуникационного взаимодействия. Массовая информация и массовая коммуникация. Человек в массовой коммуникации. Информационные потоки как результат взаимодействия неоднородных объектов. Синтез непрерывных образов внешнего мира. Психология переработки и продуцирования информации человеком. Законы психических процессов. Роль сознания в процессе восприятия информации, его функции и механизмы. Основные компоненты модели массовой коммуникации: субъекты, источники, каналы, адресаты. Массовая коммуникация как диалог. Монолог как форма манипулирования в массовокоммуникационном процессе. Модели функционирования средств массовой информации. Роль личности в коммуникационном процессе.

***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Студенты путем опроса выявляют ролевые особенности поведения субъектов в процессе коммуникационного взаимодействия. Процесс коммуникации организуется на занятии в порядке экспериментального, а затем проводится опрос участников процесса по разработанным опросникам.

**Тема 3. Потребности, мотивы, эмоции людей**

***лекционное занятие (2 часа(ов)):***

Потребность как главная движущая сила восприятия. Характеристики потребностей. Пирамида потребностей А.Маслоу. Классификация потребностей в современной психологии. Мотив и его особенности. Классификация мотивов. Формы проявления мотивов, мотивация. Способы управления мотивами. Эмоция, ее специфика и особенности проявления. Виды и типы эмоций, их личностный характер. Способы выражения эмоций. Статус и эмоции, межкультурная коммуникация и эмоции.

***практическое занятие (2 часа(ов)):***

Студенты разрабатывают модели эмоционального сопровождения при осуществлении межкультурного взаимодействия (по выбору студента на материалах СМИ).

**Тема 4. Взаимодействие и коммуникация в процессе формирования имиджа журналиста-международника**

***лекционное занятие (4 часа(ов)):***

Поведенческие концепции журналистики. Информация средств массовой информации как стимул поведения: концепция бихевиоризма (Дж. Уотсон и Э.Торндайк) - поведение человека как реакция на стимулы внешней среды. Имидж и персонификация: понятия в процессе журналистского воздействия. Имидж как совокупность естественных свойств личности и специально наработанных характеристик журналиста. Имидж и заданная социально-психологическая установка, определяющая поведение человека по отношению к объекту. Объект - журналист - как результат видения аудитории и инструмент манипулирования сознанием. "Язык образов" (Д. Бурстин) в зарубежной журналистике. Техника конструирования имиджа средствами массовой информации. Техники конструирования имиджа журналиста-международника.

***практическое занятие (4 часа(ов)):***

Студенты решают ряд практических задач, в которых представлены различные имиджевые модели журналистов-международников (по выбору студента). Анализ модели по предложенной схеме сопровождается разработкой имиджевой стратегии журналиста-международника.

**Тема 5. Социальное восприятие: психологические особенности и слагаемые**

***лекционное занятие (2 часа(ов)):***

Восприятие как результат внешних и внутренних сигналов, обращенных в мысленные образы. Восприятие журналистских произведений. Факторы восприятия: содержание, особенности субъекта и реципиента. Опосредованность восприятия журналистских текстов: целями, интересами, социальным опытом. Законы восприятия. Внимание и восприятие. Виды внимания. Усиление, ослабление, исчезновение внимания. Акценты внимания при воздействии СМИ. Непроизвольное внимание как первичная ориентация аудитории СМИ. Память в восприятии текстов СМИ и имиджевых характеристик журналиста. Различные виды памяти: воспроизводящая, опознающая, облегчающая запоминание. Восприятие и его особенности. Зрительное восприятие как наиболее активный вид. Понимание и усвоение информации. Способы и технологии повышения уровня внимания, восприятия. Механизмы и эффекты восприятия журналистских материалов: идентификация, поклонение, проекция, интернализация, "податливое согласие". Стандартизация и унификация информации.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Студентам предлагается ряд задач по определению эффектов восприятия на примере практики СМИ РТ (по выбору студента).

**Тема 6. Деловая риторика и психология имиджа журналиста-международника**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Разновидности текстов в СМИ. Особенности типологических характеристик. Риторические приемы в деятельности журналиста-международника: принципы и формы. Подготовка текста для СМИ: механизмы и процедуры. Эффективность журналистской работы в контексте степени понимания текста аудиторией. Риторика текста: многостадийная деятельность сознания. Структура мыследеятельности журналиста, задачи воссоздания картины события, исходные способности, навыки, система ценностей журналиста, подход, исходный материал как основы риторики журналиста-международника. Риторические приемы в деятельности журналиста-международника как составляющая имиджа.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

Студенты анализируют деятельность журналистов-международников, опираясь на выделенные приемы риторического канона (по выбору студентов).

**4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)**

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Понятие имиджа. Психологические аспекты	8	1,2	подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
2.	Тема 2. Психологические особенности и процесса восприятия информации	8	3,4	подготовка домашнего задания	8	домашнее задание
3.	Тема 3. Потребности, мотивы, эмоции людей	8	5,6	подготовка к эссе	8	эссе
4.	Тема 4. Взаимодействие и коммуникация в процессе формирования имиджа журналиста-международника	8	7,8	подготовка к контрольной точке	10	контрольная точка

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Социальное восприятие: психологические особенности и слагаемые	8	9,10	подготовка к творческому экзамену	8	творческое задание
	Итого				40	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Для изучения дисциплины "Психология имиджа журналиста-международника" используются как традиционные, так и активные формы обучения.

Традиционные технологии используются при реализации таких видов учебной работы, как лекция, практические занятия и консультация.

При реализации активных форм занятий, таких как деловая игра, проектирование имиджа используются интерактивные формы проведения занятий с использованием компьютерной симуляции, тренинговые технологии.

## 6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

### Тема 1. Понятие имиджа. Психологические аспекты

домашнее задание , примерные вопросы:

Студентам задается на дом несколько задач, в которых содержатся вопросы об имидже и психологических особенностях проявления имиджа в практической деятельности журналиста-международника. Студенты на выбор описывают имидж и его психологические особенности.

### Тема 2. Психологические особенности и процесса восприятия информации

домашнее задание , примерные вопросы:

Студенты анализируют процесс восприятия информации на собственном примере, опираясь на анализ/просмотр/прослушивание/прочтение материалов, опубликованных в СМИ РТ.

### Тема 3. Потребности, мотивы, эмоции людей

эссе , примерные темы:

Студенты пишут эссе по проблемам проявления эмоций в процессе передачи информации (можно анализировать собственную журналистскую практику или практику известного журналиста-международника). Эссе представляет собой сочинение, объемом до 5000 слов.

### Тема 4. Взаимодействие и коммуникация в процессе формирования имиджа журналиста-международника

контрольная точка , примерные вопросы:

Студенты пишут комбинированную контрольную работу, которая состоит из двух частей: тестирования по пройденным темам и творческого задания по разработке имиджевой стратегии.

### Тема 5. Социальное восприятие: психологические особенности и слагаемые

творческое задание , примерные вопросы:

Студенты пишут творческую работу, в которой представляют особенности социального восприятия, изучив аудиторию конкретного издания (предпочтительно взять для анализа издание, в котором студент практикуется/работает).

### Тема 6. Деловая риторика и психология имиджа журналиста-международника

### Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Темы эссе:

1. Технология формирования личного обаяния.
2. Аудитория в контексте технологии пропаганды.
3. Социально-психологические барьеры восприятия информации.
4. Закономерности преднамеренного непроизвольного запоминания и использование их в работе средств массовой информации.
5. Динамика изменения установок под влиянием СМИ.

Темы рефератов:

1. Иерархия потребностей Маслоу.
2. Классификация потребностей Э.Фромма.
3. Психологическая концепция Зигмунда Фрейда.
4. Мотивация: теория биологических побуждений и теория оптимальной активации.
5. Эмоции и восприятие.
6. Взаимодействие и коммуникация.
7. Невербальный язык коммуникации.
8. Социальное восприятие и его структура.
9. Стереотипы, установки, предубеждения.
10. Приемы диалогизации журналистского произведения.
11. Уровни персонификации текста.
12. Мышление, эмоции, ощущения, чувства.
13. Особенности убеждаемой и внушаемой аудиторий.
14. Приемы убеждения и внушения.
15. Риторические методы коммуникационного воздействия.

Контрольные вопросы для подготовки к зачету:

1. Понятие "имидж". Слагаемые имиджа. Технология формирования личного обаяния.
2. Социокультурные особенности восприятия имиджа журналиста. Аудитория в контексте технологии пропаганды.
3. Процесс восприятия информации. Структура восприятия информации, уровни и пределы восприятия.
4. Внимание и восприятие - сущность понятий. Социально-психологические барьеры восприятия информации.
5. Суть механизмов сублимации, вытеснения, проекции, перцептивной защиты.
6. Память. Виды памяти. Естественные законы запоминания.
7. Память и стереотипы. Закономерности преднамеренного непроизвольного запоминания и использование их в работе средств массовой информации.
8. Потребности. Иерархия потребностей Маслоу. Классификация потребностей по Э.Фромму.
9. Психологическая концепция Фрейда /патопсихологическое наблюдение, идентификация/.
10. Мотивы: функции, иерархия, осознание личностью.
11. Мотивация: теория биологических побуждений, теория оптимальной активации,
12. Эмоции. Факторы, их определяющие. Аффекты, эмоции, чувства. Эмоции и восприятие.
13. Взаимодействие и коммуникация: сущность понятий.
14. Невербальный язык коммуникации. Метакоммуникация.
15. Социальное восприятие, его структура.
16. Стереотипы, установки, предубеждения: сущность понятий.

17. Установки. Динамика их изменения под влиянием средств массовой информации.
18. Приемы диалогизации журналистского произведения.
19. Два уровня персонификации текста. Три фазы превращения нейтральной /безличной/ информации в персонифицированную.
20. Мышление, эмоции, ощущения, чувства: сущность понятий.
21. Убеждение и внушение как два неразрывно связанных процесса. Особенности убеждаемой и внушаемой аудиторий.
22. Приемы метода убеждения.
23. Приемы метода внушения.
24. Основные риторические методы коммуникационного воздействия.
25. Психическая контагиозность. "Ключи" коммуникационного общения.
26. Технологический инструментарий риторики. Принципы речевого воздействия.
27. Невербальный язык общения.

### 7.1. Основная литература:

Журавлев А. Л. Социальная психология: Учебное пособие / А.Л. Журавлев, В.А. Соснин, М.А. Красников. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Форум, 2011. - 496 с.

[//http://znanium.com/bookread.php?book=265824](http://znanium.com/bookread.php?book=265824)

Крысько В. Г. Социальная психология. Курс лекций: Учебное пособие / В.Г. Крысько. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 256 с.

[//http://znanium.com/bookread.php?book=313109](http://znanium.com/bookread.php?book=313109)

Ефимова Н. С. Социальная психология: Учебное пособие / Н.С. Ефимова. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 192 с. [//http://znanium.com/bookread.php?book=395969](http://znanium.com/bookread.php?book=395969)

Ворошилов В.В. Журналистика : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным специальностям / В. В. Ворошилов ; Санкт-Петербургский гос. ун-т сервиса и экономики .? 6-е изд., перераб. и доп. ? Москва : КноРус, 2009 .? 491 с. : табл. ; 25 .? Библиогр.: с. 486-491 (139 назв) и в конце гл. ? ISBN 978-5-390-00149-3 ((в пер.)) , 3000.

### 7.2. Дополнительная литература:

Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2005. -472 с. (30 экз.)имеч..?ISBN 978-5-98201-050-6((в пер.)), 500.

Соснин В. А. Социальная психология: Учебник / В.А. Соснин, Е.А. Красникова. - 3-е изд. - М.: Форум, 2010. - 336 с. [//http://znanium.com/bookread.php?book=217160](http://znanium.com/bookread.php?book=217160)

Лебедева, Л. В. Социальная психология [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. В. Лебедева. - М.: ФЛИНТА, 2013. - 229 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=466151>

Цветков, В. Л. Психология конфликта. От теории к практике [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. Л. Цветков. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 183 с <http://znanium.com/bookread.php?book=490958>

Почебут, Л. Г. Социальные общности. Психология толпы, социума, этноса .? СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2005. ?287 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=457346>

Ефимова Н. С. Психология общения. Практикум по психологии: Учебное пособие / Н.С. Ефимова. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2010. - 192 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=246035>

### 7.3. Интернет-ресурсы:

Визуальные коммуникации - [www.Prdesign.com](http://www.Prdesign.com)

Портал для журналистов - [www.zhivoeslovo.ru](http://www.zhivoeslovo.ru)

Сайт Журналисты.py - [www.journalisti.ru](http://www.journalisti.ru)

Сайт Первого канала - [www.1tv.ru](http://www.1tv.ru)

Сайт холдинга "Россия" - [www. Russiatv.ru](http://www.Russiatv.ru)

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Психология имиджа интернет-журналиста" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Для проведения занятий по дисциплине необходимо наличие компьютерного класса с комплексом программ для проведения занятий в форме компьютерной симуляции с выходом в Интернет.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.03.02 "Журналистика" и профилю подготовки Новые компьютерные технологии в средствах массовой информации .

Автор(ы):

Айтуганова М.Л. \_\_\_\_\_

Дорощук Е.С. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Наговицина Т.А. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.