

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение Высшая школа исторических наук и всемирного культурного наследия



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.

_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью



Программа дисциплины

Культура массовых коммуникаций Б1.Б.31

Направление подготовки: 51.03.01 - Культурология

Профиль подготовки: Культура стран и регионов мира

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Шакиров А.И.

Рецензент(ы):

Валеев Р.М.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Валеев Р. М.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института международных отношений, истории и востоковедения (отделение Высшая школа исторических наук и всемирного культурного наследия):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 980371718

Казань

2018

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) доцент, к.н. (доцент) Шакиров А.И. Кафедра журналистики Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, Alfred.Shakirov@rambler.ru

1. Цели освоения дисциплины

Цель дисциплины 'Культура массовых коммуникаций' - изучение истории и теории медиа исследований, а также некоторых практик в сфере массовых коммуникаций.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с различными традициями изучения масс медиа: социологией средств массовой коммуникации, теориями пропаганды, философскими направлениями в изучении медиа, семиотическим анализом СМК;
- рассмотреть историю американской, европейской и советско-российской традиций изучения

СМК;

- представить различные методы анализа материалов масс -медиа, применить их к анализу российских СМК и обсудить полученные результаты.

Предметом изучения в рамках курса является социокультурная и политическая специфика современных медиа.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.Б.31 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 51.03.01 Культурология и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел ' Б1.Б.31 Дисциплины (модули)' основной образовательной программы 51.03.01 Культурология и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

Дисциплина 'Культура массовых коммуникаций' принадлежит к профессиональной части профессионального цикла по выбору, модулю современных культурных форм и практик. При изучении данной дисциплины студенты опираются на теоретические и конкретно-исторические знания, полученные в результате освоения ряда дисциплин Основной образовательной программы: 'Основы межкультурной коммуникации', 'Культурология', 'Современные рекламные технологии', 'Основы теории коммуникации', 'Социологии массовых коммуникаций', 'Психологии массовых коммуникаций', 'Телекоммуникации и компьютерные технологии'.

Важным является также владение полученными в процессе освоения вышеперечисленных дисциплин навыками сбора и анализа информации, а также анализа текстовых и аудиовизуальных источников. Дисциплина 'Культура массовых коммуникация' необходима для последующего успешного освоения таких дисциплин, как 'Медиа культура в России', 'Массовая культура', 'Визуальная культура', 'Культурная политика', 'Реклама в социокультурной сфере'.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
ОК-16 (общекультурные компетенции)	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ПК-1 (профессиональные компетенции)	способностью владеть навыками работы с теоретической и эмпирической научной информацией, а также способностью получать, понимать, изучать и критически анализировать научную информацию по тематике исследования и представлять результаты исследований
ПК-13 (профессиональные компетенции)	способностью выбирать технические средства и технологии с учетом экологических последствий их применения
ПК-3 (профессиональные компетенции)	способностью осуществлять научные коммуникации в профессиональной сфере
ОПК-2 (профессиональные компетенции)	способностью применять культурологическое знание в профессиональной деятельности и социальной практике

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- историю развития медиа в XX-н. XXI вв.;
- типологию новых медиа, общие и специфические особенности различных средств цифровой коммуникации;

- черты социокультурной специфики Рунета - русскоязычного сегмента Интернета, - в сопоставлении с другими Интернет культурами;

- основные теории новых медиа, способы проблематизации и анализа их конкретных форм и практик;

2. должен уметь:

- представлять в освоенное знание как в форме академического исследования, так и при помощи средств новых медиа;

- применять полученные знания для интерпретации цифровых текстов,

- формулировать направления проектной работы в сфере новых медиа;

3. должен владеть:

- понятийным аппаратом дисциплины;

- современными методами изучения культуры новых медиа;

- навыками теоретического анализа и историко-типологического осмысления конкретных явлений и практик медийной культуры;

- техниками анализа текстов новых медиа;

- базовыми навыками культурного проектирования.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- представлять в освоенное знание как в форме академического исследования, так и при помощи средств новых медиа;

- применять полученные знания для интерпретации цифровых текстов,

- формулировать направления проектной работы в сфере новых медиа

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

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

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 6 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. Массовая коммуникация. Теории и концепции	6		4	6	0	
2.	Тема 2. Концептуализация новых средств массовой коммуникации	6		4	8	0	
3.	Тема 3. Массовая коммуникация: аудитория, содержание, эффекты	6		6	8	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	Зачет
	Итого			14	22	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Массовая коммуникация. Теории и концепции

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Развитие теорий массовой коммуникации и информации в XX веке. Системно-структурные представления о массовой коммуникации: Социодинамическая теория СМК. Медиа как средство поддержания системной стабильности. СМК в концепции самореферентных социальных систем. Теории социального научения

практическое занятие (6 часа(ов)):

Масс медиа как средство конструирования реальности. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации: Структура мифа в семиологии. Кодирование и декодирование. Тексты МК как структуры повествования Понимание массовой коммуникации в рамках критической теории: Неомарксистские теории. Франкфуртская школа
Взаимоотношения медиа в культуре: Культурологический анализ. Символический интеракционизм. Теория ритуала. Социальное конструирование реальности. Анализ фреймов. Теории культивации. Британские культурные исследования. Анализ новостей

Тема 2. Концептуализация новых средств массовой коммуникации**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Концепции информационной эпохи. Исследования новых медиа: Компьютерная коммуникация

практическое занятие (8 часа(ов)):

Современные тенденции в массовой коммуникации: глобализация, конвергенция, конгломерация, демассовизация

Тема 3. Массовая коммуникация: аудитория, содержание, эффекты**лекционное занятие (6 часа(ов)):**

Концепция ?интерактивного общества? Особенности аудитории многоканальной медиасреды
Типология содержания масс медиа.

практическое занятие (8 часа(ов)):

Общие характеристики современного этапа изучения эффектов массовой коммуникации:
Установление пунктов ?повестки дня?. ?Спираль молчания?. Информационный дефицит

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. Массовая коммуникация. Теории и концепции	6		Контрольная работа	12	Проверка контрольной работы
2.	Тема 2. Концептуализация новых средств массовой коммуникации	6		Реферат	12	Защита реферата
3.	Тема 3. Массовая коммуникация: аудитория, содержание, эффекты	6		Реферат	12	Защита реферата
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Применение образовательных технологий основывается на том, что часть экзаменационных вопросов изучается на лекциях, часть - на практических занятиях, часть - самостоятельно. Содержание этих трех блоков не пересекается.

Лекции проходят в классической информационной форме. Наиболее интересные темы (их перечень обговаривается со студентами) выносятся на обсуждение в рамках проблемной лекции. Чтение лекций сопровождается презентациями, призванными содействовать правильному целостному усвоению учебного материала. С презентациями можно ознакомиться в рамках электронного образовательного ресурса по дисциплине. Неотъемлемой частью учебного процесса является ЭОР. Он включает в себя электронный конспект лекций, презентации, глоссарий, тестовые задания, самостоятельные задания для студентов, методические рекомендации и иные учебные материалы. Работа с ЭОР является обязательной.

Электронный конспект лекций является исходной платформой для изучения данной учебной дисциплины. Для полноценного восприятия историко-правовой действительности необходимо

изучать учебную, дополнительную и нормативную литературу.

На практических занятиях предполагается устный опрос. Студенты обсуждают предлагаемые им вопросы. Также при подготовке к отдельным практическим занятиям студенты могут формировать исследовательские группы для более глубокого изучения той или иной научной проблемы.

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

Тема 1. Массовая коммуникация. Теории и концепции

Проверка контрольной работы , примерные вопросы:

1. Сформулируйте общие условия функционирования массовой коммуникации. 2. Каковы основные характеристики массовой коммуникации? 3. Проанализируйте функции/дисфункции массовой коммуникации (на индивидуальном и общественном уровнях) 4. Проведите анализ функций массовой коммуникации в нашем городе (на индивидуальном и общественном уровнях). Обратите внимание на дисфункцию системы массовой коммуникации (задание выполняется письменно). 5. Сравните теоретико-методологические основания анализа текстов массовой коммуникации: а) традиционному контент-анализу; б) семиотике. Можно ли, на ваш взгляд, выделить здесь общее и особенное? 6. Как концепция синтагматического и парадигматического анализа может быть применима для анализа текстов массовой коммуникации? 7. Какие факторы, на ваш взгляд, влияют на процесс кодирования/декодирования? Обоснуйте ваш выбор на примере прочтения ежедневной газеты, наиболее популярной среди ваших друзей и знакомых. 8. Выберите в качестве примера сообщения рекламное объявление в женском журнале. Проведите его семиологический анализ (задание выполняется письменно). 9. Примените аналитический подход В. Проппа применительно к просмотренному вами сериалу. В чем, на ваш взгляд, состоят преимущества и недостатки этого подхода? (задание выполняется письменно). 10. Новости как жанр. (характерные черты и основные признаки новостей, проблема производства и воспроизводства новостных структур, методы манипулирования аудиторией). 11. Новости как дискурс (элементы новостного дискурса, его структура). 12. Проведите анализ телевизионных новостных выпусков за последнюю неделю (с пятницы по среду) по следующему плану (задание выполняется письменно): 13. Сделайте вывод, какие события стали новостями и почему. 14. Проанализируйте другие источники новостей (интернет, радио, пресса). 15. Как менялись представления о возможностях воздействия медиа на аудиторию? 16. Проясните сущность современных концепций изучения эффектов массовой коммуникации (установление пунктов "повестки дня", "спираль молчания", теории информационного дефицита) 17. В чем заключается суть зависимости эффектов массовой коммуникации? 18. В чем заключается суть теории социального научения? 19. Подумайте о роли телевидения в жизни современного человека. Может ли телевидение и в частности телевизионная реклама оказывать существенно воздействие на ценности и поведенческие модели молодежи? (задание выполняется письменно)

Тема 2. Концептуализация новых средств массовой коммуникации

Защита реферата , примерные темы:

1. Средства массовой информации, массовая коммуникация, масс медиа, средства массового общения ? к вопросу о дефинициях и генезисе понятий. 2. Структурный функционализм как исследовательская традиция социологии массовой коммуникации. 3. Концепция идеологии и ее познавательный потенциал применительно к задачам изучения массовой коммуникации. 4. Массовая коммуникация и социальные изменения: теоретические модели, результаты исследований. 5. Структуралистские подходы анализа содержания массовой коммуникации: теория, практические приложения. 6. Метод классического контент-анализа. На примере анализа предвыборных публикаций в центральной прессе. 7. Современные тенденции в области мировых информационных процессов. 8. Массовая коммуникация в ракурсе постмодернистских теорий. 9. Нормы функционирования институтов массовой коммуникации в условиях тоталитаризма, авторитаризма, либеральной демократии. 10. Медиа в ракурсе феминистской перспективы анализа.

Тема 3. Массовая коммуникация: аудитория, содержание, эффекты

Защита реферата , примерные темы:

11. Аудитория и эффекты массовой коммуникации. 12. Исследование аудитории массовой коммуникации в России. Историографический обзор. 13. Прикладные исследования аудитории средств массовой коммуникации. Специфика изучения аудитории телевидения (радио, печатных изданий). 14. Проблематика мифа в работах Р. Барта. Применение методологии при анализе материалы массовой коммуникации? 15. Механизмы формирования общественного мнения, роль в этом средств массовой информации. По работе Э. Ноэлле-Нойман "Спираль молчания". 16. М.Маклюэн как основоположник концепций технологического детерминизма в сфере массовой коммуникации. 17. Теоретики "Франкфуртской школы" о массовой коммуникации. На примере работы В.Беньямина "Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости". 18. Концепция анализа "текста" В.Проппа. На примере работы "Морфология сказки". 19. Средства массовой информации в современном индустриально развитом мире. (По работам А. Зиновьева "Запад", "Глобальный человек"). 20. Работа Г. Дебора "Общество спектакля". Проблемы средств массовой коммуникации и рекламы, как элементов системы духовного производства современного общества. 21. Ч. Р. Миллс как представитель радикальной социологии. Его видение отношений в системе: средства массовой коммуникации ? общественное мнение? демократическая политическая система. По работе "Властвующая элита". 22. Проблемы объективности и свободы средств массовой информации.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Вопросы к зачету:

1. Массовая коммуникация: определение.
2. Генезис массовых коммуникаций.
3. Основные модели массовой коммуникации.
4. Развитие теорий массовой коммуникации и информации в XX веке
5. Общие условия функционирования массовой коммуникации
6. Социодинамическая теория СМК.
7. СМК в концепции самореферентных социальных систем.
8. Теории социального научения
9. Масс медиа как средство конструирования реальности.
10. Структура мифа в семиологии.
11. Проблема кодирования и декодирования.
12. Понимание массовой коммуникации в рамках критической теории: Неомарксистские теории.
13. Понимание массовой коммуникации в рамках критической теории: Франкфуртская школа
14. Британские культурные исследования. Анализ новостей (структура, процесс производства, манипулирование

новостным содержанием)

15. Структурные составляющие коммуникационных процессов.
16. Условия превращения коммуникации в массовую.
17. Типы коммуникации (классификация по массовости, по степени организованности, по инициативности коммуникаторов и т.д.)
18. Функции и характеристики массовой коммуникации
19. Системно-структурные представления о массовой коммуникации.
20. Медиа как средство поддержания системной стабильности.
21. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации
22. Тексты МК как структуры повествования
23. Массовая коммуникация и культура.
24. Основные положения теории символического интеракционизма.
25. Основные идеи символического конструирования реальности.
26. Теория фреймов и теория культивации. Сходства и различия.
27. Концепции информационной эпохи.
28. Исследование новых медиа. Новые подходы.
29. Компьютерная коммуникация теории и концепции.
30. Современные тенденции массовой коммуникации (глобализация, демассовизация, конгломерация, конвергенция).
31. Концепция ?интерактивного общества?.
32. Особенности аудитории многоканальной медиасреды.
33. Типология содержания масс медиа.
34. Общие характеристики современного этапа изучения эффектов массовой коммуникации: Установление пунктов ?повестки дня?. ?Спираль молчания?. Информационный дефицит.

7.1. Основная литература:

Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=415337>

Коммуникология: основы теории коммуникации / Шарков Ф.И., - 4-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 488 с <http://znanium.com/bookread2.php?book=414752>

Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Е.А. Кожемякин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 189 с <http://znanium.com/bookread2.php?book=398446>

Корнилов Е.А. и др. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий: 1. - Москва: Издательство 'Наука', 2013 - 256 с. - URL: <http://znanium.com/go.php?id=455346>

Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. - Москва: Аспект-Пресс, 2010 - URL: <http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785756705645.html>

Шарков Ф.И. и др. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник: 1 - Москва: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К', 2017 - 686с. - URL: <http://znanium.com/go.php?id=329134>

7.2. Дополнительная литература:

Психология массовых коммуникаций: учебник / А.М. Руденко, А.В. Литвинова; под ред. А.М. Руденко. - М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. 303 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=792707>

Теория и практика социальных коммуникаций / Козловская С.Н., - 2-е изд., сокр. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 98 с <http://znanium.com/bookread2.php?book=548840> 3.

Основы кросс-культурной коммуникации и менеджмента: практический курс=Essentials of Cross-cultural Commun.: A Practical Course: Учеб. пос. / Л.М. Гальчук. - М.: Вузов. учеб.: НИЦ ИНФРА-М, - 2015. - 240с <http://znanium.com/bookread2.php?book=472675>

7.3. Интернет-ресурсы:

Язык. Культура. Коммуникации - <http://journals.susu.ru/lcc>

Исследования российских, евразийских центрально европейских новых медиа - <http://www.digitalicons.org/ru>

Министерства культуры РФ - <http://mkrf.ru>

сайт КФУ - <https://kpfu.ru>

Электронный журнал Постнаука - <http://postnauka.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Культура массовых коммуникаций" 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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен студентам. Электронная библиотечная система "Консультант студента" предоставляет полнотекстовый доступ к современной учебной литературе по основным дисциплинам, изучаемым в медицинских вузах (представлены издания как чисто медицинского профиля, так и по естественным, точным и общественным наукам). ЭБС предоставляет вузу наиболее полные комплекты необходимой литературы в соответствии с требованиями государственных образовательных стандартов с соблюдением авторских и смежных прав.

Освоение дисциплины "Культура массовых коммуникаций" 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, audi, 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.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 51.03.01 "Культурология" и профилю подготовки Культура стран и регионов мира

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 51.03.01 "Культурология" и профилю подготовки Культура стран и регионов мира

.

Автор(ы):

Шакиров А.И. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Валеев Р.М. _____

"__" _____ 201__ г.