

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«21» ___ 02 ___ 2023 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.10

Основы теории коммуникации

Учебный план: 2023-2024 42.03.01 ВШПМ PR в медиаинд ЗАО №1-3-25.plx

Кафедра: **38** Рекламы

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(специальность)

Профиль подготовки: PR в медиаиндустрии
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

| Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа обучающихся | | Сам. работа | Контроль, час. | Трудоё мкость, ЗЕТ | Форма промежуточной аттестации | |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|---------|
| | Лекции | Практ. занятия | | | | | |
| 1 | УП | 4 | 4 | 127 | 9 | 4 | Экзамен |
| | РПД | 4 | 4 | 127 | 9 | 4 | |
| Итого | УП | 4 | 4 | 127 | 9 | 4 | |
| | РПД | 4 | 4 | 127 | 9 | 4 | |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Доцент

Асташова
Владимировна

Ольга

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы

Смирнов Алексей
Викторович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Смирнов Алексей
Викторович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области знания структуры коммуникативного процесса, типов и видов коммуникации (межличностной, межкультурной, массовой) для успешной интеракции с различными аудиториями и умение решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе семиотических, лингвистических и социо-психологических подходов с использованием современных медийных средств.

1.2 Задачи дисциплины:

- изучение средств, структурных компонентов, видов и форм коммуникации;
- применение теоретических моделей процесса коммуникации в профессиональной деятельности и при создании коммуникационных продуктов;
- формирование навыков коммуникационного взаимодействия (межличностное, публичное межкультурное) в различных профессиональных средах;
- формирование навыков работы, получения и распространения информации в электронных СМИ, знакомство с приемами воздействия медиасообщений на целевую аудиторию;
- знакомство с историческими вехами развития средств массовой коммуникации (СМК) и возникновения медиакommunikации, с особенностями функционирования медиакommunikационных систем в современном информационном обществе и системе СМК.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования

Введение в коммуникационные специальности

Теория и практика массмедиа

Теория и практика рекламы

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| |
|---|
| ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем |
| Знать: основные виды, средства, формы и методы коммуникации, способы и методы теоретического описания процесса коммуникации и создания коммуникационных продуктов. |
| Уметь: применять теоретические модели коммуникационных процессов различных типов при создании медиа и коммуникационных продуктов. |
| Владеть: базовыми навыками осуществления профессиональных коммуникаций, основами и правилами коммуникационного взаимодействия в различных профессиональных средах. |
| ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования |
| Знать: основные теоретические модели построения медиакommunikационных систем. |
| Уметь: характеризовать факторы деятельности медиакommunikационных систем на основании изученных теоретических моделей. |
| Владеть: навыками использования различных теоретических моделей медиакommunikационных систем в профессиональной деятельности. |

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий | Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа | | СР (часы) | Инновац. формы занятий |
|--|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|
| | | Лек. (часы) | Пр. (часы) | | |
| Раздел 1. Научные подходы к теории коммуникации | 1 | | | | |
| Тема 1. Основные традиции в изучении коммуникации Определение и сущность понятия «коммуникация». Теория коммуникации как интегральная научная дисциплина. Особенности подходов к коммуникации в лингвистике, социологии, психологии, теории информации, культурологии, философии (по Р. Крейгу). Применение различных подходов к коммуникации в предметных областях рекламы и PR. Практическое занятие. Междисциплинарный подход к проблеме коммуникации | | 0,5 | 0,5 | 21 | НИ |
| Тема 2. Структура коммуникативного процесса Основные элементы коммуникационного процесса: адресант, адресат, канал, код, кодирование, декодирование, контекст, коммуникативные барьеры. Роль и значение элементов коммуникативного процесса в процессе коммуникации. Модели коммуникации Г. Лассвелла К.Шеннона и У.Уивера, М. де Флера, Ч. Осгуда и У. Шрамма, Б.А. Успенского. Функции языка в коммуникативном акте (по Р.О. Якобсону). Практическое занятие. Модели коммуникации | | 0,5 | 0,5 | 21 | НИ |
| Раздел 2. Межличностные и межкультурные аспекты коммуникации | | | | | |
| Тема 3. Вербальная и невербальная коммуникация Семиотика коммуникации. Различие вербальной и невербальной коммуникации. Основные знаковые системы невербальной коммуникации: оптико-кинетическая, пара- и экстралингвистическая, организация пространства и времени коммуникативного процесса, визуальный контакт, гаптика, ольфакторика, - и их использование в маркетинге, рекламе и PR. Семиотическая природа рекламных и PR-текстов. Практическое занятие. Специфика вербальной и невербальной коммуникации. | | 0,5 | 0,5 | 21 | ИЛ |

| | | | | | |
|--|--|------|-----|-------|----|
| <p>Тема 4. Межкультурная коммуникация Этапы освоения «чужой» культуры, межкультурная компетентность и грамотность. Теории межкультурной коммуникации: теория высоко- и низкоконтекстуальных культур Э. Холла, теория культурных измерений Г.Хофстеде, теория моно-, поли- и реактивных культур Р. Льюиса. Особенности межкультурной коммуникации в работе сотрудника отдела рекламы и СО, применение знаний о межкультурных различиях при создании рекламных и PR-текстов. Практическое занятие. Анализ межкультурного взаимодействия</p> | | 1 | 1 | 22 | ГД |
| Раздел 3. Массовая коммуникация | | | | | |
| <p>Тема 5. Эволюция форм социальной коммуникации Истоки и основные этапы развития средств коммуникации. Хронология общественных коммуникационных систем: словесность — книжность — мультимедийность. Масс-медиа как основная коммуникативная структура в условиях информационного общества. Развитие интернета как ядра СМК. Направления развития информационного общества в России и за рубежом, модернизация технических средств, перевод информации и знаний в электронную интернет- ориентированную форму. Теория медиа М. Маклюэна. Практическое занятие. История и эволюция СМК. особенности коммуникации в мультимедийной культуре.</p> | | 0,5 | 0,5 | 21 | ГД |
| <p>Тема 6. Исследование аудитории и эффектов средств массовой коммуникации Отличие межличностной и массовой коммуникации. Когнитивный подход к воздействию СМК на индивида. Аудитория как адресат коммуникации. Обратная связь в системе взаимодействия коммуникатора с массовой аудиторией. Структура и функции средств массовой коммуникации в обществе и на индивидуальном уровне. Исследование эффектов СМК. Практическое занятие. Анализ эффектов сообщений, транслируемых по каналам СМК.</p> | | 1 | 1 | 21 | |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | | 4 | 4 | 127 | |
| Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен) | | 2,5 | | 6,5 | |
| Всего контактная работа и СР по дисциплине | | 10,5 | | 133,5 | |

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения | Наименование оценочного средства |
|-----------------|--|---|
| ОПК-1 | Характеризует структурные особенности коммуникативного процесса, перечисляет методы описания коммуникативного процесса. | Перечень вопросов для устного собеседования |
| | <p>Применяет различные подходы к коммуникации в предметных областях рекламы и PR.</p> <p>Выстраивает коммуникацию в различных профессиональных средах с учетом индивидуальных и национально-культурных особенностей коммуникатора и/или аудитории.</p> | <p>Практико-ориентированные задания</p> <p>Практико-ориентированные задания</p> |
| ОПК-5 | Перечисляет современные теоретические подходы к изучению медиакоммуникаций | Перечень вопросов для устного собеседования |
| | <p>Анализирует концепции и парадигмы, раскрывающие функции, механизмы и эффекты влияния медиа на аудиторию</p> <p>Применяет теорию медиакоммуникации в качестве концептуальной рамки для анализа процессов, происходящих в сфере медиа.</p> | |

5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций | |
|-----------------------|---|-------------------|
| | Устное собеседование | Письменная работа |
| 5 (отлично) | <p>Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание основ теории коммуникации, культурных и социальных различий, знание специфики текстов СМИ, приемов, воздействующих на аудиторию. Речь логично выстроена, подкреплена оригинальными примерами. Студент показывает самостоятельную работу с источниками и проработку основной и дополнительной литературы. Сопоставляет теоретические подходы к теории коммуникации, самостоятельно делает выводы. Практическое задание выполнено без ошибок.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p> | |
| 4 (хорошо) | <p>Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Примеры, иллюстрирующие теоретические положения, неоригинальны. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. В практическом задании наличествуют ошибки.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p> | |
| 3 (удовлетворительно) | <p>Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. Существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, путаница важных терминов. Отсутствуют подкрепляющие примеры при ответе на теоретический вопрос. Практическое задание выполнено с многочисленными существенными ошибками.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в</p> | |

| | | |
|-------------------------|--|--|
| | течение семестра. | |
| 2 (неудовлетворительно) | <p>Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора или непонимание заданного вопроса. Незнание значительной части элементов дисциплины (термины, определения, временные рамки этапов развития средств коммуникации). Неспособность выполнить практическое задание.</p> <p>Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).</p> <p>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p> | |

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п | Формулировки вопросов |
|--------|--|
| Курс 1 | |
| 1 | Каковы результаты (эффекты) воздействия средств массовой коммуникации на индивидуальное и массовое сознание? |
| 2 | Каковы функции средств массовой коммуникации на уровне индивида? |
| 3 | Каковы функции средств массовой коммуникации на уровне общества? |
| 4 | В чем отличие в трактовке адресанта, адресата, канала коммуникации и сообщения при изучении межличностной и массовой коммуникации? |
| 5 | В чем отличие мультимедийной коммуникационной культуры от предшествующих этапов? |
| 6 | Какова роль средств коммуникации в процессе развития культуры, согласно М.Маклюэну? |
| 7 | Какие этапы в развитии средств коммуникации можно выделить? Чем характеризуется каждый из них? |
| 8 | В чем отличие поли- и моно- и реактивных культур, согласно Р.Льюису? |
| 9 | По каким показателям можно измерять культурные ценности в межкультурной коммуникации, согласно Г. Хофстеду? |
| 10 | В чем отличие поли- и моно- и реактивных культур, согласно Р.Льюису? |
| 11 | В чем отличие высоко- и низкоконтекстуальных культур, согласно Э. Холлу? |
| 12 | Какую роль в межкультурной коммуникации играют культурная грамотность и культурная компетенция? |
| 13 | Каким образом теории межкультурной коммуникации могут помочь преодолеть межкультурные различия? |
| 14 | Как организация пространства и времени коммуникативного процесса влияет на успешность коммуникации? |
| 15 | Перечислите экстралингвистические компоненты невербальной коммуникации. Какова их роль в общении? |
| 16 | Перечислите паралингвистические компоненты невербальной коммуникации. Какова их роль в общении? |
| 17 | Каковы функции невербальной коммуникации? В каких функциях невербальная коммуникация выступает независимо от вербальной? В каких функциях дополняет вербальную коммуникацию? |
| 18 | Какие основные знаковые системы включает невербальная коммуникация? |
| 19 | Каковы функции вербальной коммуникации, по Р. Якобсону? |
| 20 | Опишите модель коммуникации Г. Лассуэлла. Какие задачи она решает? Выявите достоинства и недостатки модели. |
| 21 | Опишите модель коммуникации Ч. Осгуда и У. Шрамма. Какие задачи она решает? Выявите достоинства и недостатки модели. |
| 22 | Опишите модель коммуникации К.Шеннона и У.Уивера. Какие задачи она решает? Выявите достоинства и недостатки модели. |
| 23 | Каковы основные элементы коммуникативного процесса? Дайте определения и охарактеризуйте. |
| 24 | Сравните социокультурную и семиотическую традиции в теории коммуникации. В чем сильные и слабые стороны подходов? |
| 25 | Сравните социопсихологическую и феноменологическую традиции в теории коммуникации. В чем сильные и слабые стороны подходов? |

5.2.2 Типовые тестовые задания

1. Культура, в которой приняты тесные контакты между членами семьи, друзьями и коллегами, важное значение придается внешнему виду человека, манерам его поведения, относится к:

- б) высококонтекстуальным культурам
- а) низкоконтекстуальным культурам

2. По Г. Хофстеду, межкультурные различия могут быть «измерены» по шести основным показателям.

Какой показатель лишний?:

- ж) личностность - обезличенность
- а) дистанция власти (от низкой до высокой)
- б) коллективизм - индивидуализм
- в) маскулинность - феминность
- г) долгосрочная - краткосрочная временная ориентация
- д) потворство желаниям - сдержанность
- е) избегание неопределенности (от сильной до слабой)

3. Главными причинами межкультурных конфликтов являются:

- в) несовпадение ценностных ориентаций, установок
- а) гендерная принадлежность
- б) общность менталитетов

4. Выстройте правильную хронологию общественных коммуникационных систем:

мультимедийность — рукописная книга - мануфактурное книгопечатание - словесность - машинная полиграфия

5. Какая из перечисленных характеристик относится к межличностной коммуникации:

- б) непосредственный контакт в общении
- а) опосредованность общения техническими средствами

6. По какому критерию коммуникация классифицируется на межличностную, групповую и массовую:

- б) по составу участников;
- а) по способу установления и поддержания контакта;
- в) по степени организованности;
- г) по используемым знаковым системам.

7. Какая традиция рассматривает коммуникацию как межличностное взаимодействие и влияние:

- а) кибернетическая
- б) социопсихологическая
- в) критическая
- г) риторическая
- д) социокультурная
- е) семиотическая
- ж) феноменологическая

8. Понятие «энтропия» связано:

а) с теми случаями, когда неполное или искаженное сообщение все же получено приемником благодаря его способности распознать сообщение, несмотря на искажения и недостающую информацию

б) с внешними факторами, которые искажают сообщение, нарушают его целостность и возможность восприятия приемником

в) с повторением элементов сообщения для предотвращения коммуникативной неудачи

9. Какая функция средств массовой коммуникации может быть определена как «выражение образцов доминирующей культуры и «узнавание» субкультур»:

- а) информационная
- б) регулирующая
- в) коммуникативная
- г) развлекательная
- д) нормативная

10. Канал коммуникации – это:

- а) специальный маршрут или технология, используемая для доставки сообщения получателю
- б) способ кодирования сообщений

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задание 1.

Иллюстрациями каких традиций в коммуникалогии могут служить следующие отрывки из литературных произведений?

1) Н.Олейников. «Перемена фамилии» (отрывок)

Пойду я в контору "Известия",
Внесу восемнадцать рублей

И там навсегда распрощаюсь
С фамилией прежней моей.
Козловым я был Александром,
А больше им быть не хочу!
Зовите Орловым Никандром,
За это я деньги плачу.
Быть может, с фамилией новой
Судьба моя станет иной
И жизнь потечет по-иному,
Когда я вернусь домой.
Собака при виде меня не залает,
А только замашет хвостом,
И в жакет меня обласкает
Сердитый подлец управдом...

2) Разница между леди и цветочницей заключается не в том, как она ведет себя, а в том, как к ней относятся (Б. Шоу «Пигмалион», слова Элизы Дулиттл)

3) О.Мандельштам (отрывок)
Мы напряженного молчания не выносим, -
Несовершенство душ обидно, наконец!
И в замешательстве уж объявился чтец,
И радостно его приветствовали: "Просим!"

Задание 2.

У вас есть стол, два стула, диван, шкаф, окно со шторой, лампа, ваза с цветами. Разместите эти предметы и изобразите коммуникаторов (на рисунке) таким образом, чтобы коммуникативная среда соответствовала разговору

- 1) людей, испытывающих антипатию друг к другу;
- 2) людей, испытывающих симпатию друг с другом;
- 3) людей, ведущих деловые переговоры.

Аудитория делится на микрогруппы. Каждая микрогруппа представляет свой рисунок. Затем обсуждаются позы говорящих и параметры среды, влияющие на ситуацию общения.

Задание 3.

Студентам дается список пословиц, характерных для разных культур. Студентам предлагается обсудить ценности культуры, к которой относится каждая из пословиц, и соотнести их с ценностями родной культуры.

Например:

- 1) «Сначала ноша, потом отдых» (нем.),
- 2) «Разговор – сильнее насилия» (япон.),
- 3) «Счастлива та страна, у которой нет истории» (амер.),
- 4) «Работа – не волк, в лес не убежит» (русск.)

Задание 4.

Студентам предлагается подобрать русскоязычные эквиваленты следующим англоязычным идиомам, касающиеся разных стран и национальностей (источник: <http://englsecrets.ru>)

1. It's all Greek to me – это выражение обычно используется нами, когда мы не можем понять написанного или услышанного
2. Chinese Whispers – это распространенное выражение применимо к ошибкам и неточной информации, исходящей из слухов и сплетен.
3. Talk for England – это когда кто-то может говорить часами.
4. Go Dutch – означает платить в кафе или ресторане только свою часть счета.
5. A Mexican Standoff – безвыходное положение или тупиковая ситуация.

На обсуждение выносятся следующие вопросы:

- какая оценка представителей других культур содержится в этих идиомах?
- приходилось ли вам общаться с представителями упомянутых культур?
- насколько отличаются образы упомянутых культур в русской культуре?
- знаете ли вы подобные идиомы в русском языке?

Задание 5.

Студентам предлагается рассмотреть рекламный ролик:

Японский автопроизводитель Honda представил эпичный рекламный ролик суб-компактного кроссовера HR-V. Автомобиль новой модели проезжает не только по дорогам современного мира, но по и важным историческим вехам. В новом ролике Honda медленно и бесстрашно «проезжает» Великую французскую революцию, Августовскую революцию 1963 года в Республике Конго, сексуальную революцию, активный призыв хиппи к свободе и даже первую высадку человека на луну. Несмотря на огонь, войну и непроходимые дорожные условия, новый кроссовер, естественно, не получает ни царапинки, наглядно символизируя таким образом революцию на колесах.

Какую из функций СМК (на социальном и на индивидуальном уровне) выполняет данное рекламное сообщение? Какой предполагаются эффект данного сообщения?

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная + Письменная Компьютерное тестирование + Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Промежуточная аттестация может проводится в двух формах:

1. Экзамен проводится в устном виде. Студенту предлагается один теоретический вопрос и одно практическое задание. На подготовку к теоретическому вопросу и практическому заданию выделяется 40 мин. Преподаватель сообщает об оценке в тот же день. Пользоваться справочными материалами, конспектами лекций, сетью Интернет на экзамене запрещается.

В итоговой оценке учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

2. Тестирование проводится в письменной форме на бумажном носителе. Студенту предлагается 40 вопросов в тесте, включая практико-ориентированные вопросы, с вариантами ответов. Время, отведенное на прохождение тестирования, составляет 1 ч. 30 мин. На время проведения тестирования запрещено иметь при себе средства связи, письменные заметки и иные средства хранения и передачи информации, разговаривать между собой. В случае нарушения лицом, участвующим в тестировании, указанных запретов ему выносится предупреждение, при повторном нарушении – он удаляется с тестирования. За правильный ответ на каждый тестовый вопрос предлагается присваивать 1 балл.

Не сдавшим тестирование является обучающийся, ответивший правильно менее чем на 20 тестовых вопросов и набравшее соответственно менее 20 баллов.

Результаты тестирования сообщаются непосредственно в день его проведения.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

| Автор | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|--|---|--|-------------|---|
| 6.1.1 Основная учебная литература | | | | |
| Асташина, О. В. | Деловые коммуникации | Саратов: Вузовское образование | 2021 | https://www.iprbooks.hop.ru/117617.html |
| Дзялошинский, И. М. | Коммуникация и коммуникативная культура | Москва: Ай Пи Ар Медиа | 2022 | http://www.iprbookshop.ru/115017.html |
| 6.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
| Пивоварова, О. П. | Риторика | Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа | 2019 | http://www.iprbookshop.ru/81493.html |
| Зайцева, А. В. | Теория коммуникации | Луганск: Книта | 2021 | http://www.iprbookshop.ru/111217.html |
| Дзялошинский, И. М. | Культура массовых коммуникаций | Москва: Ай Пи Ар Медиа | 2021 | http://www.iprbookshop.ru/109257.html |
| Гридина, В. В. | Теория и практика социальных коммуникаций | Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ | 2019 | http://www.iprbookshop.ru/111426.html |

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
Информационный ресурсный центр по научной и практической психологии «ПСИ-ФАКТОР» [Электронный ресурс]. URL: <http://psyfactor.org/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional
Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Аудитория | Оснащение |
|----------------------|---|
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска |
| Учебная аудитория | Специализированная мебель, доска |