

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

Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«03» « сентября » 2021 г.

Рабочая программа дисциплины
«Ловцы человеков» или социальные сети
в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании

Закреплена за кафедрой Учебный план	<i>социальных коммуникаций Реклама и связи с общественностью, 42.03.01, Работа с социальными медиа</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Общая трудоёмкость	<i>3зач.ед.</i>
Часов по учебному плану в том числе:	<i>108 час.</i>
аудиторная контактная работа	<i>23,35 час.</i>
самостоятельная работа	<i>84,65 час.</i>
Вид(ы) контроля в семестрах зачет с оценкой	<i>2семестр</i>

Томск-2021

Программу составил: А.П. Глухов, доцент кафедры социальных коммуникаций факультет психологии НИ ТГУ

Рецензент: И. П. Кужелева-Саган, д.филос.н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Рабочая программа дисциплины «Ловцы человек» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании» в соответствии с СУОС НИ ТГУ: самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт НИ ТГУ по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (утвержден Ученым советом НИ ТГУ, протокол № 6 от 30.06. 2021 г.)

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии НИ ТГУ

Протокол № 1 от 03.09.2021

Цель освоения дисциплины «Ловцы человекoв» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании» состоит в том, чтобы дать базовые знания и навыки использования социальных сетей и социальных медиа в профессиональных коммуникациях PR-специалистов и рекламистов. Курс представляет собой краткое введение в виртуальный мир социальных сетей и социальных медиа, предназначенное как для получения общего представления об инкорпорированности социальных сетей во все сферы деятельности современного информационного общества, так и набор практических кейс-стади и советов по использованию инструментов социальных коммуникаций на платформах социальных медиа в деятельности менеджеров коммуникаций, включая технологии защиты информации в сети Интернет.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Ловцы человекoв» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании» входит в общепрофессиональный цикл ОПОП бакалавриата, в обязательную часть, и является обязательной для изучения. Курс «Ловцы человекoв» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ОПОП как «Сетевые сообщества и субкультуры», «Социальные медиа», а также со всеми видами производственной практики. Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов «Основы интегрированных коммуникаций», «Интернет-сервисы в социогуманитарных исследованиях» углубляющих и специализирующих умения обучающихся обеспечивать внешнюю и внутреннюю коммуникацию организации с обязательной опорой на результаты социологических исследований, а также для подготовки к сдаче государственного междисциплинарного экзамена, выполнения выпускной квалификационной работы.

2. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины

Таблица 1

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
ОПК -5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их	ИОПК -5.2. Демонстрирует понимание электронно-сетевого характера медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	ОР- ИОПК-5..2. Обучающийся сможет: 1.1.1. определить роль электронно-сетевых медиа в медиакоммуникационной системе региона 1.1.2. определить роль электронно-сетевых медиа в медиакоммуникационной системе страны и мира

функционирования, правовых и этических норм регулирования		
ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИОПК -6.2. Умеет осуществлять профессиональные виды деятельности на социальных платформах и в новых медиа, используя современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОР- ИОПК-6.2. Обучающийся сможет: 1.1.1. создавать сообщества и публиковать профессиональный контент на социальных платформах и в новых медиа; 1.1.2. проектировать и воплощать визуально-графический дизайн в области профессиональных видов деятельности на социальных платформах и в новых медиа, используя современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; 1.1.3. осуществлять планирование и контент- и комьюнити-менеджмент в области профессиональных видов деятельности на социальных платформах и в новых медиа, используя современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; 1.1.4. осуществлять продвижение и мониторинг активности на социальных платформах и в новых медиа, используя современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.
ПК-3. Владеет навыками поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля	ИПК-3.1. Способен создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ, а также с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории	ОР- ИПК-3.1. Обучающийся сможет: 1.1.1. создавать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ, а также с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории 1.1.2. адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ, а также с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории
ПК-4. Способность работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д.	ИПК-4.1. Осуществляет поиск необходимой информации и способен к созданию информационных материалов (уникального и рерайтового контента: текстового, аудио, визуального), а также к их редактированию	ОР- ИПК-4.1. Обучающийся сможет: 1.1.1. осуществлять поиск необходимой для создания информационных материалов (уникального и рерайтового контента: текстового, аудио, визуального); 1.1.2. создавать с информационные материалы (уникальный и рерайтовый контент: текстовый, аудио, визуальный), а также их редактировать

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Таблица 2

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах	
	2семестр	
Общая трудоемкость		108
Контактная работа:	23,35	23,25
Лекции (Л):	10	10
Практические занятия (ПЗ)	12	12
Лабораторные работы (ЛР)		0

Семинарские занятия (СЗ)		0
Групповые консультации		0
Индивидуальные консультации		0
Промежуточная аттестация	1,35	1,35
Самостоятельная работа обучающегося:	84,65	84,65
- подготовка к тестированию	40	40
- выполнение творческого задания (проектного типа)		
- изучение учебного материала, кейсов, публикаций(подготовка к зачету)	44,65	44,65
Вид промежуточной аттестации - зачет		

3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины

Таблица 3

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание	Вид учебной работы, занятий, контроля	Семестр	Часы в электронной форме	Всего (час.)	Код (ы) результата(ов) обучения
			2	108 (МООС)	108	
	Раздел 1. Эволюция и многообразие типов социальных медиа. Блоггинг как инструмент репутационного менеджмента		2	50	50	
1.1.	Введение в курс. Техноэволюция социальных платформ: от «электронных шкафов» (мэйнфреймов) к коллективному разуму социальных медиа	Лекции Практики		1 2	1 2	ОР- ИОПК-5.2. Обучающийся сможет: 1.1.1. определить роль электронно-сетевых медиа в медиакоммуникационной системе региона 1.1.2. определить роль электронно-сетевых медиа в медиакоммуникационной системе страны и мира
1.2.	«Сети всякие нужны, сети всякие важны» или Виртуальныйself-made-man: многообразие сервисов социальных медиа и жизнь в «паблике»	Лекции Практики		1 2	1 2	
1.3.	Блоггинг: виртуальная блажь или новый инструмент репутационного менеджмента?	Лекции Практики		2 2	2 2	
1.4.	Подготовка и выполнение модульных тестов и реализация проектных заданий	СРС		40	40	
	Раздел 2. Принципы и формы организации SMM. Виртуальный HR. Социальные образовательные платформы		2	58	58	
2.1.	«Лайкни меня» или «френд-бизнес»: принципы и формы организации SMM (socialmediamarketing) и рекламы	Лекции Практики		2 2	2 2	ОР- ИОПК-6.2. Обучающийся сможет: 1.1.1. создавать сообщества и публиковать профессиональный контент на социальных платформах и
2.2.	«Стань ловцом человекoв» или виртуальная вечеринка и хедхантинг в сетях	Лекции Практики		2 2	2 2	

2.3.	Образование «посылкой» или социальные сервисы дистанционного образования	Лекции		2	2	<p>в новых медиа;</p> <p>1.1.2. проектировать и воплощать визуально-графический дизайн в области профессиональных видов деятельности на социальных платформах и в новых медиа, используя современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;</p> <p>1.1.3. осуществлять планирование и контент- и комьюнити-менеджмент в области профессиональных видов деятельности на социальных платформах и в новых медиа, используя современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;</p> <p>1.1.4. осуществлять продвижение и мониторинг активности на социальных платформах и в новых медиа, используя современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.</p> <p>ОР- ИПК-3.1. Обучающийся</p> <p>1.1.1. сможет:</p> <p>создавать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ, а также с учетом</p>
2.4.	Изучение учебного материала, кейсов, публикаций(подготовка к зачету)	СРС		44,65	44,65	
2.8.	Итоговое тестирование по модулям курса	Практики		2	2	
3.7.	Промежуточная аттестация	Зачет		1,35	1,35	

						<p>lifestyle – характеристик целевой аудитории</p> <p>1.1.2. адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ, а также с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории</p> <p>ОР- ИПК-4.1. Обучающийся сможет:</p> <p>1.1.1. осуществлять поиск необходимой для создания информационных материалов (уникального и рерайтового контента: текстового, аудио, визуального);</p> <p>1.1.2. создавать с информационные материалы (уникальный и рерайтовый контент: текстовый, аудио, визуальный), а также их редактировать</p>
--	--	--	--	--	--	--

4. Образовательные технологии, учебно-методическое и информационное обеспечение для освоения дисциплины

Материал каждого модуля курса структурирован в виде видеолекции с интеграцией демонстрационных анимаций и презентаций, рекомендаций по организации самостоятельной работы и практических заданий. Для усиления наглядности, улучшения восприятия и запоминания информации в видеоролики включены схемы, рисунки, графики, инфографика. В практических заданиях и в материалах, методических указаниях по организации самостоятельной работы включены гиперссылки на внутренние и внешние источники информации в сети Интернет.

Изучать курс рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в его содержании. В основные методические задачи курса входит усвоение терминологии в области социальных медиа, начальных понятий маркетинга, рекламы и пиара, рекрутинга, поэтому особое внимание следует обращать на разъяснение в видеолекциях ключевых терминов, и поиск определений глоссария в рамках самостоятельной работы.

Система контроля и оценки знаний обучающихся представлена в курсе набором тестовых заданий в конце каждого модуля и итоговым тестированием, включающим 50 тестовых заданий. В курсе используются практические задания на анализ кейс-стади, минипроектные задания с возможностью самостоятельно взаимной проверки и оценки знаний в формате peer-to-peer, с обнаружением имеющихся пробелов и возможностью сделать собственные выводы. Все возникающие вопросы рекомендуется обсуждать с преподавателем в Форуме, посредством системы личных сообщений в Moodle или в чате в режиме on-line.

Основным видом учебных занятий является просмотр видеолекций, дополнительно предусмотрены самостоятельная работа, выполнение практических заданий и промежуточное тестирование по результатам изучения модуля. Лекции являются основой для изучения наиболее актуального и сложного материала слушателями. В рамках лекций рассматриваются базовые понятия, концепции и направления использования социальных сетей, в организации профессиональных коммуникаций, также лекция содержит методические рекомендации по изучению литературы и выполнению практических заданий. Каждая лекция разбита на 5 смысловых блоков (видеороликов) продолжительностью 10-15 мин. В рамках самостоятельной работы предусматривается изучение дополнительной литературы к модулю, гиперссылок на видео-, текстовые и графические материалы сети. Письменное домашнее задание (написание эссе, анализ кейс-стади и решение ситуативных задач, мини-проектные работы) предусматривает проверку заданий в режиме «peer-to-peer». Тестирование предусматривает автоматический режим проверки и базируется на вопросах, обозначенных в лекциях и дополнительных источниках информации, изучаемых в ходе самостоятельной работы.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 40% аудиторных занятий.

Виды самостоятельной работы студентов, используемые в рамках дисциплины «Ловцы человек» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании»:

- чтение обязательной и дополнительной литературы;
- изучение дополнительной литературы к модулю, гиперссылок на видеотекстовые и графические материалы сети;
- изучение и анализ кейс-стади;
- промежуточное тестирование по результатам изучения каждого модуля;
- подготовка проектных работ для проверки в режиме «peer-to-peer».

В период обучения студентам должны быть доступны следующие учебно-методические материалы:

- 1) Программа дисциплины «Ловцы человек» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании».
- 2) Электронный курс в формате MOOC на платформе ТГУ (URL: <https://mooc.tsu.ru/ru/?courses=media>)

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля, а также для проведения промежуточной аттестации – *зачета*, - см. в документе «Фонд оценочных средств для изучения учебной дисциплины «Ловцы человек» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании».

4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение

А) Основная литература:

1. Глухов А. П. Социальные медиа : учебно-методический комплекс : [для студентов вузов по направлению 39.03.03 "Организация работы с молодежью"] / А. П. Глухов ; Том.гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551417>
2. Нургалева Л. В. Проблемы изучения виртуальных сообществ : учебно-методическое пособие / Нургалева Л. В. ; Том.гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования. - Томск : ИДО ТГУ, 2006. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000243881>
3. Спичева Д. И. Цифровой имидж (on- и off-line) : учебно-методический комплекс : [для студентов вузов по направлению 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью"] / Д. И. Спичева ; Том.гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551423>

4. Фещенко А. В. Современные технологии публикации и распространения информации в Интернет : учебно-методический комплекс / А. В. Фещенко ; Том.гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2010. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000405403>

5. Фещенко А. В. Технологии Веб 2.0 : учебно-методический комплекс / А. В. Фещенко ; Том.гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования. - Томск : ИДО ТГУ, 2009. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000385491>

6. Стаховская Ю. М. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет : учебно-методический комплекс / Ю. М. Стаховская ; Том.гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2011. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000422675>

7. Бычкова М. Н. Имиджевые Интернет-технологии : учебно-методический комплекс : [для студентов вузов по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"] / М. Н. Бычкова ; Том.гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000547534>

Б) Дополнительная литература:

1. Глухов А. П. Платформы социальных медиа: история, аудитории, возможности использования : массовый открытый онлайн-курс / А. П. Глухов, Г. А. Окушова, Ю. М. Стаховская ; Том.гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551440>

2. Глухов А. П. SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности : массовый открытый онлайн-курс / А. П. Глухов, Н. А. Карнаухова ; Том.гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551436>

3. Глухов А. П. Основы SMM: тренды, аудитории, платформы, аналитика : массовый открытый онлайн-курс / А. П. Глухов, Г. А. Окушова, Ю. М. Стаховская ; Том.гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551437>

4. Носова С. С. Блогинг : учебно-методический комплекс / С. С. Носова ; Том.гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2012. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000461117>

5. Галкин Д. В. Системы искусственного интеллекта : учебно-методический комплекс / Д. В. Галкин ; Том.гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2012. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000460667>

6. Галкин Д. В. Компьютерные игры как явление современной культуры : учебно-методический комплекс / Галкин Д. В. ; Том.гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования. - Томск : ИДО ТГУ, 2007. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000244219>

7. Лукина Н. П. Идеология информационного общества : учебно-методический комплекс / Лукина Н. П. ; Том.гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования. - Томск : ИДО ТГУ, 2007. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000244290>

8. Стукова А. О. Социальные сети как пространство репрезентации и идентификации (на примере Instagram): выпускная бакалаврская работа по направлению подготовки: 51.03.01 - Культурология / Стукова, Алина Олеговна - Томск: [б.и.], 2019. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vital:10071>

9. Фещенко А. В. Социальные сети как инструменты электронного обучения: анализ опыта российских студентов / А. В. Фещенко // Информационные технологии в гуманитарных науках : тезисы докладов Международной научно-практической конференции, 21-22 сентября 2015 г., Красноярск. Красноярск, 2015. С. 70-73. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000538787>

4.2. Базы данных и информационно-справочные системы, в том числе зарубежные

1. Информационно-справочные материалы портала «Лайкни. Все про Digital-маркетинг и SMM»: <http://www.likeni.ru/>
2. Информационно-справочные материалы сайта Connect-Universum (модератор ресурса – кафедра социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ) :<http://connect-universum.com>
3. Информационно-справочные материалы корпоративного сайта компании Ingate и ее медиа- и просветительские проекты: <http://www.ingate.ru/>
4. Информационно-справочные материалы Cossa.ru - информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде: <http://www.cossa.ru/>
5. Информационно-справочные материалы портала Web-агентства Web2Win, специализирующегося в тематиках интернет-маркетинга и интернет-бизнеса: <http://www.web2win.ru/>
6. Научная библиотека национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
7. Электронный университет MOODLE (ТГУ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.tsu.ru/> - курс «Социальные медиа».

4.3. Перечень лицензионного и программного обеспечения

При освоении данной дисциплины используется следующее ПО:

1. Windows 7 professional 64 bit
2. Microsoft Office 2010
3. Statistica 6
4. IBM SPSS Statistica 23
5. MozillaFirefox
6. Opera
7. GoogleChrome
8. 7zip

4.4. Оборудование и технические средства обучения

При освоении данной дисциплины используются:

1. Компьютерный класс общего пользования с подключением к Интернет, оснащенный 15 компьютерами (для работы одной академической группы одновременно), с подключенным к ним периферийным устройствам и оборудованием.
2. Компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и семинарские занятия; другая техника для презентаций учебного материала.

5. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины

Успешное освоение студентами содержания дисциплины «Ловцы человек» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании» предполагает предварительное изучение таких курсов как «Сетевые сообщества и субкультуры», «Социальные медиа», а также прохождения учебной практики (профильные мастерские).

Материал каждого модуля курса структурирован в виде видеолекции с интеграцией демонстрационных анимаций и презентаций, рекомендаций по организации самостоятельной работы и практических заданий. Для усиления наглядности, улучшения восприятия и запоминания информации в видеоролики включены схемы, рисунки, графики, инфографика. В практических заданиях и в материалах, методических указаниях по организации самостоятельной работы включены гиперссылки на внутренние и внешние источники информации в сети Интернет.

Изучать курс рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в его содержании. В основные методические задачи курса входит усвоение терминологии в области социальных медиа, начальных понятий маркетинга, рекламы и пиара, рекрутинга, поэтому особое внимание следует обращать на разъяснение в видеолекциях ключевых терминов, и поиск

определений глоссария в рамках самостоятельной работы.

Система контроля и оценки знаний обучающихся представлена в курсе набором тестовых заданий в конце каждого модуля и итоговым тестированием, включающим 50 тестовых заданий. В курсе используются практические задания на анализ кейс-стади, минипроектные задания с возможностью самостоятельно взаимной проверки и оценки знаний в формате peertopeer, с обнаружением имеющихся пробелов и возможностью сделать собственные выводы. Все возникающие вопросы рекомендуется обсуждать с преподавателем в Форуме, посредством системы личных сообщений в Moodle или в чате в режиме on-line.

Основным видом учебных занятий является просмотр видеолекций, дополнительно предусмотрены самостоятельная работа, выполнение практических заданий и промежуточное тестирование по результатам изучения модуля. Лекции являются основой для изучения наиболее актуального и сложного материала слушателями. В рамках лекций рассматриваются базовые понятия, концепции и направления использования социальных сетей, в организации профессиональных коммуникаций, также лекция содержит методические рекомендации по изучению литературы и выполнению практических заданий. Каждая лекция разбита на 5 смысловых блоков (видеороликов) продолжительностью 10-15 мин. В рамках самостоятельной работы предусматривается изучение дополнительной литературы к модулю, гиперссылок на видео-, текстовые и графические материалы сети. Письменное домашнее задание (написание эссе, анализ кейс-стади и решение ситуативных задач, мини-проектные работы) предусматривает проверку заданий в режиме «peer to peer». Тестирование предусматривает автоматический режим проверки и базируется на вопросах, обозначенных в лекциях и дополнительных источниках информации, изучаемых в ходе самостоятельной работы.

Вопросы, вызывающие затруднения при самостоятельной подготовке к зачету можно выяснить на индивидуальных и групповых консультациях.

6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину

А.П. Глухов, доцент кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

7. Язык преподавания – русский.