

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

### Сетевые сообщества и субкультуры

Закреплена за кафедрой	<i>социальных коммуникаций</i>
Учебный план	<i>42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Работа с социальными медиа</i>
Форма обучения	<i>Очно-заочная</i>
Общая трудоёмкость	<i>4 з.е.</i>
Часов по учебному плану	<i>144 ч.</i>
в том числе:	
аудиторная контактная работа	<i>17 час.</i>
самостоятельная работа	<i>93.3 час.</i>
Вид(ы) контроля в семестрах	
<i>экзамен</i>	<i>1 семестр</i>

Томск-2019

Программу составил: Г.А. Окушова, к.филос.н., доцент, доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

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

Рабочая программа дисциплины «Сетевые сообщества и субкультуры» разработана 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 от 25.02.2019 г. №2)*

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

Протокол №1 от 09.09.2019 г.

## Цель освоения дисциплины

формирование у будущих бакалавров умений для взаимодействия с сообществами, имеющими электронно-сетевой характер, необходимых для успешного осуществления профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, реализуемых в медиакоммуникационных системах региона, страны и мира.

### 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Сетевые сообщества и субкультуры» входит в общепрофессиональный цикл ОПОП бакалавриата, часть, формируемую участниками образовательных отношений, относится к дисциплинам по выбору. Курс «Сетевые сообщества и субкультуры» формирует заявленные компетенции в интеграции:

- со следующими дисциплинами: «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: профессиональная этика», «Правовое регулирование в PR и рекламе» (ИОПК-5.1); «"Ловцы человек" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании», «Социальные медиа» (ИОПК-5.2); «Менеджмент новых медиа» (ИПК-5.2); «SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности» (ИПК-3.1)

- практиками: «Производственная практика», «Профессионально-творческая (практика в профессиональной сфере) практика» (ИУК-5.2; ИПК-6.2; ИПК-4.3).

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

Таблица 1.

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
<b>ОПК-5</b> Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<b>ИОПК-5.2.</b> Демонстрирует понимание электронно- сетевого характера медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	<b>ОР-ИОПК-5.2.</b> Обучающийся сможет: 5.2.1. делать аналитические обзоры сетевых сообществ, правовых и этических норм регулирования сетевых субкультур, составлять на их основе аналитические справки об аудитории медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. 5.2.2. отбирать социальные медиа для коммуникационных проектов (рекламной или PR-кампании / мероприятия) с учётом аудитории и характера электронно-сетевых интеракций. 5.2.3. использовать информационно-коммуникативные технологии для решения профессиональных задач в медиакоммуникационных системах региона, страны и мира.

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Таблица 2.

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах	
	1 семестр	
<b>Общая трудоемкость</b>	1 семестр	
<b>Контактная работа:</b>	<b>17</b>	
Лекции (Л):		
Практические занятия (ПЗ)		
Лабораторные работы (ЛР)		
Семинарские занятия (СЗ)		
Групповые консультации		
Индивидуальные консультации		
<b>Промежуточная аттестация</b>		
<b>Самостоятельная работа обучающегося:</b>	<b>93.3</b>	
- выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР)		
- написание реферата		
- написание аналитического эссе (текст)		
- выполнение проекта		
- выполнение расчетно-графических работ		
- выполнение контрольной работы/контрольных заданий (кейс)		
- подготовка доклада, сообщения		
- выполнение творческого задания (проектного типа)		
- изучение учебного материала, публикаций		
- подготовка к лабораторным/практическим занятиям/коллоквиумам		
- подготовка к круглому столу/дискуссии/диспуту		
- решение кейсов		
- подготовка к рубежному контролю по теме/разделу		
- другие формы самостоятельной работы		
<b>Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)</b>	<b>экзамен</b>	

### 3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины/модуля

Таблица 3.

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание	Вид учебной работы, занятий, контроля	С е м е с тр	Код (ы) результата(ов) обучения
	<b>Раздел 1. Сетевое общество, сообщества и субкультуры как объекты социогуманитарных исследований</b>		1	
1.1.	Сетевое общество – научная идентификация информационно-коммуникативного общества эпохи Интернета.	Лекции		ОР-ИОПК-5.2. Обучающийся сможет:  5.2.1. делать аналитические обзоры сетевых сообществ, правовых и этических норм регулирования сетевых субкультур, составлять на их основе аналитические справки об аудитории медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.
1.2.	Культура и субкультуры сетевого общества как объект социогуманитарного исследования	Лекции		
1.3.	Сетевые сообщества: понятие, признаки, классификация. М. Кастельс о сетевом обществе и виртуальных сообществах.	Лекции Семинары		
1.4.	Сетевые сообщества: анализ аудитории медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	Лекции Семинары		
1.5.	Сетевая идентичность и самопрезентация. Специфика сетевых коммуникаций: «Я - часть сетей, а сети – часть меня. Меня видит Google. Я на связи – значит, я существую» (У.Митчелл)	Лекции Семинары		
1.6.	«Netiquette – «сетевой» этикет: правовые и этические нормы регулирования сетевых сообществ и субкультур.	Лекции		
1.7.	Подготовка аналитического эссе по книгам (текст)	СРС		
1.8.	Текущий контроль успеваемости: выступление с аналитическим докладом и электронной презентацией	Семинары		
	<b>Раздел 2. Сетевые коммуникации в социальных медиа</b>		1	
2.1.	Социально-демографические и life-style особенности аудитории социальных медиа	Лекции		ОР-ИОПК-5.2. Обучающийся сможет:  5.2.2. отбирать социальные медиа для коммуникационных проектов (рекламной или PR-кампании / мероприятия) с учётом аудитории и характера электронно-сетевых интеракций.
2.2.	Типы пользователей и стили коммуникаций в сети (модерация, троллинг, буллинг и др.)	Лекции		
2.3.	Многопользовательские популярные социальные сети («FaceBook», «ВКонтакте», «Одноклассники» и др.): основные характеристики и функции	Практики		
2.4.	Мультимедиа-хостинги как вид социальных медиа	Практики		
2.5.	Коллективные и персональные блоги и микроблоги (LiveJournal (Живой Журнал), Twitter и др.)	Практики		
2.6.	Коммуникационные проекты (рекламная или PR-кампания / мероприятие) с учётом аудитории и характера электронно-сетевых интеракций: анализ кейсов	Практики		
2.7.	Выполнение творческого задания (проектного типа)	СРС		

2.8.	Текущий контроль успеваемости: представление промежуточных результатов и презентация творческого задания	Практики		
	<b>Раздел 3. Технологии и безопасность сетевых коммуникаций</b>		1	
3.1.	Сетевые технологии взаимодействия: коворкинг, краудсорсинг, краудфандинг, краудинвестинг, краудлендинг	Лекции		ОР-ИОПК-5.2. Обучающийся сможет:  5.2.3. использовать информационно-коммуникативные технологии для решения профессиональных задач в медиакоммуникационных системах региона, страны и мира.
3.2.	Блоггинг как коммуникативная технология	Лекции		
3.3.	Статистика и аналитика в социальных медиа	Практики		
3.4.	Персональные данные: приватность, управление, защита	Семинар		
3.6.	Подбор аналитических кейсов по использованию технологий	СРС		
3.7.	Текущий контроль успеваемости: представление аналитических кейсов	Практики		
	<b>Раздел 4. Блоги о субкультуре сетевых сообществ</b>		1	
3.1.	Методология анализа субкультуры сетевых сообществ.	Лекции Практики		ОР-ИОПК-5.2. Обучающийся сможет:  5.2.1. делать аналитические обзоры сетевых сообществ, правовых и этических норм регулирования сетевых субкультур, составлять на их основе аналитические справки об аудитории медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. 5.2.2. отбирать социальные медиа для коммуникационных проектов (рекламной или PR-кампании / мероприятия) с учётом аудитории и характера электронно-сетевых интеракций. 5.2.3. использовать информационно-коммуникативные технологии для решения профессиональных задач в медиакоммуникационных системах региона, страны и мира.
3.2.	Разработка проекта создания блога о сетевых сообществах и субкультурах	Практика		
3.3.	Разработка контент-плана для блога и его реализация в зависимости от профессиональных задач	Лекции Практика		
3.4.	Изучение учебного материала, кейсов, сетевого контента	СРС		
3.5.	Выполнение проекта: создание блога	СРС		
3.6.	Текущий контроль успеваемости: презентация созданного блога	Семинары		
3.7.	Групповая консультация			
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>Экзамен</b>		

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

Условием эффективного усвоения содержания курса «Сетевые сообщества и субкультуры» и формирования соответствующей компетенции является обязательное сочетание лекционных занятий с семинарскими и практическими занятиями. При изучении данной дисциплины, кроме такой традиционной образовательной технологии как «лекция», рекомендуется использовать:

- Технологию – «анализ кейс-стади», представляющую собой изучение реальных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, работа с которыми позволяет анализировать реально существовавшие и существующие проблемы сферы социальных коммуникаций; готовить соответствующие аналитические заключения.

- Технологию «защита проекта с электронной презентацией», направленную на развитие проектных компетенций обучающихся, проявляющихся в умении осуществлять и представлять для обсуждения проектные разработки в сфере рекламы и PR. Данная технология позволяет слушателям формировать умения стратегического планирования, выбора технологического инструментария и определения подхода к оценке эффективности коммуникационной акции, кампании и программы. В процессе таких занятий происходит более глубокое осознание важности не только содержания и результатов такой работы, но формы их подачи (презентации).

- Технологию семинара-«дискуссии», ориентированную на наиболее полное включение обучающихся в активный процесс коллективного обсуждения (спора) и осмысления темы; на развитие у них критико-аналитического исследовательского мышления; умения правильно формулировать, аргументировать и отстаивать свою точку зрения; способности внимательно выслушивать своих оппонентов, и не только конструктивно их критиковать, но и при необходимости признавать свои заблуждения и ошибки. Семинар-«дискуссия» используется как метод усиления интереса слушателей к изучаемой проблеме, придания ей большей остроты, актуальности.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, должен составлять не менее 50% аудиторных занятий.

Виды самостоятельной работы студентов, используемые в рамках дисциплины «Сетевые сообщества и субкультуры»:

- чтение обязательной и дополнительной литературы;
- изучение и анализ интернет-источников по темам программы дисциплины;
- изучение и анализ кейс-стади;
- подготовка выступлений на семинарских занятиях;
- подготовка электронных презентаций;
- выполнение письменных работ – аналитических эссе и заданий на различные виды анализа интернет-ресурсов и проектирования коммуникационных стратегий (объем не более 5 страниц текста А4, №14, интервал – 1,5);
- участие в разработке коммуникационного проекта.

##### **4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение**

В период обучения бакалаврам должны быть доступны следующие учебно-методические материалы: программа дисциплины «Сетевые сообщества и субкультуры»; электронные презентации основного содержания дисциплины «Сетевые сообщества и субкультуры»; MOOK "Ловцы человек" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании. Электронный ресурс: массовый открытый онлайн-курс /А. П. Глухов, Г. А. Окушова, Ю. М. Стаховская. Том. гос. ун-т, 2015. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000538190>; MOOK Платформы социальных медиа: история, аудитории, возможности использования. Электронный

ресурс: массовый открытый онлайн-курс /А. П. Глухов, Г. А. Окушова, Ю. М. Стаховская.  
– Том. гос. ун-т, 2016. URL:  
<http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551440>

а). Основная литература:

1. Ефимов Е.Г. Социальные интернет-сети: методология и практика исследования: монография – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2015. – 169 с.  
<http://sun.tsu.ru/limit/2016/000553929/000553929.pdf>

2. Новые медиа : социальная теория и методология исследований: словарь-справочник /отв. ред. О. В. Сергеева, О. В. Терещенко ; Белорусский гос. ун-т ; Социол. ин-т Рос. акад. наук. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2016. – 262 с. Электронный ресурс. URL:  
<http://sun.tsu.ru/limit/2017/000556182/000556182.pdf>

3. Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества: Сб. науч. тр. / РАН. ИНИОН. Центр социал.науч.-информ. исслед. Отв. ред. Верченев Л.Н., Ефременко Д.В., Тищенко В.И. – М., 2013. – 360 с. <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000554411/000554411.pdf>

б). Дополнительная литература:

1. Баркович А.А. Интернет-дискурс: компьютерно-опосредованная коммуникация – М.: Флинта , 2015. – 288 с. – Электронный ресурс URL:  
[http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=74582](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=74582)

2. Бреслер М. Г. Социальные сети и сетевые сообщества информационного общества: монография. – Уфа, 2014. – 173 с. Электронный ресурс URL:  
<http://sun.tsu.ru/limit/2016/000553860/000553860.pdf>

3. Визуальные коммуникации в новых медиа: эффекты, возможности, риски : междисциплинарный подход : материалы [V] Международной научно-практической Интернет-конференции Connect-Universum-2014, 20-22 мая 2014 /[науч. ред. Г. А. Окушова ; редкол. И. П. Кужелева-Саган, И. В. Гужова, Е. В. Полянская ; Том. гос. ун-т, каф. соц. коммуникаций] – Том. гос. ун-т, 2015. – 254 с. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000512508>

4. Влияние новых медиа на сознание и поведение молодежи: междисциплинарный подход. Электронный ресурс: материалы [IV] Международной научно-практической интернет-конференции Connect-Universum-2012, 29-31 мая 2012 /Том. гос. ун-т, Каф. соц. коммуникаций ; [науч. ред. И. П. Кужелева-Саган] – Том. гос. ун-т, 2012. – 208 с. URL:  
<http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000501483>

5. Выгонский С. И. Обратная сторона Интернета: психология работы с компьютером и сетью: "эротический рай" и сетевые знакомства, "паутина" атакует ваш мозг, психологический лексикон геймера, сатанинские архетипы в компьютерных играх, софтверная экзотика, спам и спамофобия. – Ростов-на-Дону: Феникс , 2010. – 316 с.

6. Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография /[Т. Н. Колокольцева, Е. И. Горошко, Е. Н. Галичкина и др.; науч. ред.: Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова]. – М. : Флинта [и др.] , 2012. – 322 с.

7. Кастельс М. Галактика Интернет: [размышления об Интернете, бизнесе и обществе: пер. с англ.]. – Екатеринбург : У-Фактория , 2004. – 327 с.

8. Кастронова Э. Бегство в виртуальный мир. – Ростов-на-Дону : Феникс , 2010. – 214 с.

9. Кривоносов А.Д. Основы спичрайтинга. Учебное пособие для студентов отделений связей с общественностью. — СПб.: Лаборатория оперативной печати фак-та журналистики СПбГУ, 2003. — 56с.

10. Кужелева-Саган И. П., Окушова Г.А., Бычкова М.Н. Управление интернет-проектами : учебно-методический комплекс [Электронный ресурс] / Том. гос. ун-т, 2000. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000422674>



11. Нургалева Л.В. Виртуальные сообщества: исследовательские подходы и практики. – Томск : [ТГУ] , 2012. – 71 с.
12. Социальные сети как площадка организации межличностных коммуникаций и перформанса идентичности цифрового поколения: сборник материалов исследования /науч. ред. И. П. Кужелева-Саган. – Томск: Издательский Дом Томского государственного университета , 2017. – 111 с. Электронный ресурс <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000555172>
13. Уэбстер Ф. Теории информационного общества /Фрэнк Уэбстер ; пер. с англ. М. В. Арапова, Н. В. Малыхиной ; под ред. Е. Л. Варгановой. – М. : Аспект-Пресс , 2004. – 398 с.
14. Фадеева Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 263 с.
15. Хапенков В.Н., Сагинова О.В., Федюнин Д. В. Организация рекламной деятельности. М.: Академия, 2012. – 240 с.
16. Цифровое кочевничество как глобальный и сибирский тренд Электронный ресурс : материалы III Международной трансдисциплинарной научно-практической WEB-конференции Connect-Universum-2016, 24-26 мая 2016 года /[науч. ред. Г. А. Окушова ; редкол.: И. П. Кужелева-Саган и др.] ; Нац. исслед. Том. гос. ун-т, каф. социальных коммуникаций. – Том. гос. ун-т, 2016. – 359 с. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000581539>

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

1. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 1998 - . – URL: <http://www.rsl.ru>
2. Научная библиотека МГУ им. М. В. Ломоносова [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 2000 - . URL: <http://www.lib.msu.ru>
3. Научная библиотека Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Томск, 1998 - . – URL: <http://www.lib.tsu.ru>
4. Международная трансдисциплинарная научно-практическая WEB-конференция «Connect-Universum» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан.– URL: <http://connect-universum.tsu.ru>
5. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 2000. – URL: <http://elibrary.ru>
6. Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 1998 - . – URL: <http://cyberleninka.ru>
7. Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.corpmedia.ru/>
8. Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/node/5025>
9. Российская Ассоциация маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ramu.ru/ramu-program.php>
10. Web of Science
11. Scopus
12. Science Direct
13. Science index

#### **4.3. Перечень лицензионного и программного обеспечения**

Windows 7 professional 64 bit  
 Microsoft Office 2010  
 Adobe Photoshop CS2

Mozilla Firefox  
Opera  
Google Chrome  
Headliner 3.01  
7zip

#### **4.4. Оборудование и технические средства обучения**

При освоении данной дисциплины используются:

1. Учебные классы, оснащенные аппаратурой и программным обеспечением для организации практических занятий по курсам ООП бакалавриата, в том числе класс, оборудованный видео-конференц-связью (Polycom).

2. Компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные занятия и другая техника для презентаций учебного материала.

#### **5. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины/модуля**

Успешное освоение студентами содержания дисциплины «Сетевые сообщества и субкультуры» предполагает активную вовлеченность студентов в параллельно читаемые такие курсы как «Основы интегрированных маркетинговых коммуникаций», «Культурология», «Компьютерные технологии и информатика», «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение», «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: профессиональная этика». Оно включает в себя прослушивание лекций и участие в семинарских, практических занятиях, консультации преподавателя в течение семестра и во время сессии, самостоятельную подготовку студентов, выполнение рейтинговых заданий. Завершает изучение дисциплины сдача экзамена.

**В лекциях** освещаются коммуникативные особенности сетевого общества, сообществ и субкультур; принципы организации его коммуникационной инфраструктуры (социальных сетей, мультимедиа-хостинги, блог-платформ, форумов и др.), инструменты и технологии интернет-коммуникации с электронной общественностью. Обязательным дополнением для освоения материалов лекций является знакомство с материалами массового онлайн курса на образовательной платформе Coursera MOOK "Ловцы человек" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании. Электронный ресурс: массовый открытый онлайн-курс /А. П. Глухов, Г. А. Окушова, Ю. М. Стаховская. URL: <https://www.coursera.org/learn/sotsialnaya-set>; MOOK Основы SMM: тренды, аудитории, платформы. Электронный ресурс: массовый открытый онлайн-курс /А. П. Глухов, Н.А.Карнаухова, Г. А. Окушова, Ю. М. Стаховская. URL: <https://www.coursera.org/learn/tsu-smm-osnovy>, а также с видеолекциями интернет-журнала «Постнаука» (<https://postnauka.ru>), посвященными сетевым сообществам и интернет-коммуникации. Активная и осознанная работа на лекциях облегчит студентам подготовку как к семинарам и практическим занятиям, так и к экзамену.

**Подготовка к семинарским и практическим занятиям** предполагает изучение материалов лекций, а также учебников, пособий, монографий, словарей и т.п. Особое внимание необходимо обратить на изучение электронных ресурсов, позволяющих познакомиться с реальными кейсами коммуникационных проектов (рекламной или PR-кампании / мероприятия), реализованных с учётом аудитории и характера электронно-сетевых интеракций: «Лайкни» (<http://www.likeni.ru>), «Rusability» (<http://rusability.ru>), «Socialair» (<http://socialair.ru>), Cossa.ru (<http://www.cossa.ru>) и др. Прочитанные разделы и статьи рекомендуется конспектировать, что позволит в дальнейшем использовать материал при написании доклада, разбору тестовых заданий, а также к экзамену. Качество освоения материала студентом будет тем выше, чем шире и разнообразнее изученная им

литература. На семинарских занятиях полезно в записи вносить дополнения, почерпнутые из ответов других студентов, дополнений и обобщений преподавателя.

**При разработке коммуникационного проекта** следует обязательно ориентироваться на УМК: Кужелева-Саган И. П. Управление интернет-проектами : учебно-методический комплекс / И. П. Кужелева-Саган ; Том. гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2011. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000422674>.

Вопросы, вызывающие затруднения при самостоятельной подготовке к семинарам и практикам, экзаменам, при разработке коммуникационного проекта можно выяснить на индивидуальных и групповых консультациях.

**6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину:**

Окушова Г.А., доцент кафедры социальных коммуникаций,

**7. Язык преподавания:** русский.