

Документы
Информация о владельце: **Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Самарский государственный экономический университет"**
ФИО: Кандрашина Елена Александровна
Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 15.09.2026 12:32:21
Уникальный программный ключ:
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «КОММУНИКАТИВНЫЕ ФУНКЦИИ В ИСКУССТВЕ»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль) подготовки: Медиакоммуникации

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: 4 года

Объем:
в зачетных единицах: 2 з.е.
в академических часах: 72 ак.ч.

г. Самара, 2026

Разработчики:

Доктор экономических наук Яхнеева И. В.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 527, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Специалист по информационным ресурсам", утвержден приказом Минтруда России от 19.07.2022 № 420н; "Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации", утвержден приказом Минтруда России от 28.10.2014 № 811н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Институт маркетинга, логистики и сервиса	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Яхнеева И. В.	Рассмотрено	30.06.2026, № 17

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - сформировать у обучающихся систему знаний, умений и навыков, позволяющих создавать все типы коммуникаций в арт-среде, с общественными организациями и индивидами, в сфере культуры и искусства для реализации культурной политики государства по созданию, сохранению и распространению культурных ценностей.

Задачи изучения дисциплины:

- изучить понятийно-категориальный аппарат деятельности, связанной с организацией коммуникаций организаций и проектов в сфере искусства и культуры;
- ознакомить с особенностями сферы искусства и арт-рынка;
- сформировать умения устанавливать, поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения..

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-5.2 Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Знать:

УК-5.2/Зн1 Знает особенности и принципы учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Уметь:

УК-5.2/Ум1 Умеет учитывать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Владеть:

УК-5.2/Нв1 Владеет навыками восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

ПК-4 Способен управлять информационными ресурсами

ПК-4.2 Управляет информационными ресурсами

Знать:

ПК-4.2/Зн1 Знает подходы к управлению информационными ресурсами

Уметь:

ПК-4.2/Ум1 Умеет использовать методы управления информационными ресурсами

Владеть:

ПК-4.2/Нв1 Владеет навыками управления информационными ресурсами

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Коммуникативные функции в искусстве» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 5.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
ПК-4 - Способен управлять информационными ресурсами		
ПК-4.2 Управляет информационными ресурсами	Консультационный проект, Медиа и культурные практики, Теория и практика коммуникаций	Консультационный проект, Медиа и культурные практики, Медиатизация культуры, Медиатизация общества, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: преддипломная практика, Производственная практика: профессионально-творческая практика, Теория и практика коммуникаций
УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах		
УК-5.2 Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Медиа и культурные практики, Основы российской государственности, Теория и практика коммуникаций, Философия	Медиа и культурные практики, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: профессионально-творческая практика, Теория и практика коммуникаций

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Пятый семестр	72	2	36	18	18	0,15	17,85	Зачет
Всего	72	2	36	18	18	0,15	17,85	18

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

(часы промежуточной аттестации не указываются)

Наименование раздела, темы	Всего	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа
Раздел 1. Основы массовых коммуникаций	29,85	10	10	9,85

Тема 1.1. Психология массовых коммуникаций	17,85	6	6	5,85
Тема 1.2. Управление информацией	12	4	4	4
Раздел 2. Искусство и арт-рынок	24,15	8	8	8
Тема 2.1. Современное искусство в контексте культурной политики	12	4	4	4
Тема 2.2. Коммуникации представителей искусства и общества	12,15	4	4	4

5.2. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля/Оценочное средство
Текущий контроль	Тестирование
Промежуточная аттестация	Зачет

№ п/п	Наименование раздела	Вид контроля/ используемые оценочные материалы	
		Текущий	Промежут. аттестация
1	Основы массовых коммуникаций	Тестирование	Зачет
2	Искусство и арт-рынок	Тестирование	Зачет

6. Оценочные материалы текущего контроля

1. Основы массовых коммуникаций Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Что из перечисленного ниже не является средством массовой информации: Что из перечисленного ниже не является средством массовой информации: 1. телевидение 2. филиалы организации на местах 3. телеграфное агентство 4. радио		ПК-4
	Ответ:	2	
2	Укажите самое "старое" из перечисленных ниже средств массовой информации: Укажите самое "старое" из перечисленных ниже средств массовой информации: 1. Телевидение 2. Радио 3. Пресса 4. Интернет		ПК-4
	Ответ:	3	
3	Этапы процесса управления информационными ресурсами в организации Этапы процесса управления информационными ресурсами в организации: 1. Сбор 2. Использование 3. Обработка 4. Хранение		ПК-4
	Ответ:	1 3 4 2	

4	Передача информации и эмоционального состояния автора зрителю через структуру произведения относится к функции: Передача информации и эмоционального состояния автора зрителю через структуру произведения относится к функции: 1. Экспрессивной 2. Прогностической 3. Организационной 4. Экономической	ПК-4
	Ответ: 1	
5	Какая функция искусства отражает способность объединять людей через общее переживание художественного образа? Какая функция искусства отражает способность объединять людей через общее переживание художественного образа? 1. Гедонистическая 2. Консолидирующая 3. Компенсаторная 4. Познавательная	ПК-4
	Ответ: 2	
6	Определите соответствие между способами воздействия на информационные потоки и их содержанием Определите соответствие между способами воздействия на информационные потоки и их содержанием 1. Прямое управление 2. Косвенное управление 3. Адаптация контента А подгонка одной новости под формат конкретного издания или аудитории для лучшего отклика Б жесткая цензура, владение СМИ или прямой приказ о публикации нужного материала В экономические рычаги, закупка рекламы, выдача грантов или создание удобных инфоповодов (пиар-кампании)	ПК-4
	Ответ: 1 Б 2 В 3 А	
7	Определите соответствие между способами работы с новостной информацией и их содержанием Определите соответствие между способами работы с новостной информацией и их содержанием 1. Умолчание 2. Перестановка 3. Фрейминг 4. Селекция А жесткий отбор спикеров, экспертов и фактов, подтверждающих одну точку зрения Б полное удаление или игнорирование невыгодных фактов В изменение порядка новостей, чтобы важная или слабая тема казалась главной или незаметной Г задание определенного угла зрения, при котором событие подается через нужную призму (например, как угроза или как победа)	ПК-4
	Ответ: 1 Б 2 В 3 Г 4 А	
8	Определите последовательность этапов процесса управления информационным потоком Определите последовательность этапов процесса управления информационным потоком 1. Сегментирование информационного потока 2. Формирование информационного потока 3. Приоритетная поставка информации, информационное партнерство 4. Оптимизация формы и стиля подачи материалов	ПК-4
	Ответ: 2 1 3 4	
9	Определите последовательность этапов стратегического планирования коммуникаций и информационной политики Определите последовательность этапов стратегического планирования коммуникаций и информационной политики 1. Анализ миссии, целей и задач организации 2. Определение ресурсных возможностей, преимуществ 3. Корректировка коммуникационной политики 4. Реализация плана 5. Разработка коммуникационных программ	ПК-4
	Ответ: 1 2 5 4 3	

10	Информационные программы или услуги, которые можно добавить к текущим предложениям организации: Информационные программы или услуги, которые можно добавить к текущим предложениям организации: 1. Растущие возможности 2. Сохраняющиеся возможности 3. Отложенные возможности 4. Новые возможности	ПК-4
	Ответ: 4	
11	Тиражирование информационной программы влечет за собой рост осведомленности, поэтому такие программы наиболее привлекательны для организаций. Это называется экономическим эффектом ... Тиражирование информационной программы влечет за собой рост осведомленности, поэтому такие программы наиболее привлекательны для организаций. Это называется экономическим эффектом ...	ПК-4
	Ответ: узнавания	
12	Передача больших объемов информации, требующая больших затрат времени и усилий, предполагающая смену установок и убеждений, определяет ... как компонент коммуникаций в искусстве Передача больших объемов информации, требующая больших затрат времени и усилий, предполагающая смену установок и убеждений, определяет ... как компонент коммуникаций в искусстве	ПК-4
	Ответ: просвещение	
13	Инструменты коммуникации, наиболее эффективные для информирования новой аудитории о мероприятии или событии в сфере искусства: Инструменты коммуникации, которые могут быть использованы для информирования новой аудитории о мероприятии или событии в сфере искусства: 1. Рассылка сообщений по электронной почте 2. Размещение публикаций в сообществах в социальных сетях 3. Реклама в СМИ 4. Распространение информации через лидеров мнений	ПК-4
	Ответ: 2 3 4	
14	Факторы, влияющие на действенность коммуникации в процессе управления информационными ресурсами: Факторы, влияющие на действенность коммуникации в процессе управления информационными ресурсами: 1. Продолжительность коммуникации 2. Компетентность источника информации 3. Соответствие убеждениям аудитории 4. Социальный контекст	ПК-4
	Ответ: 2 3 4	
15	Анализируя эффективность коммуникационной стратегии, музей получил следующие данные по модели AIDA: 80% потенциальной аудитории слышали о выставке, 60% проявили интерес к экспозиции, 30% выразили желание посетить выставку, посетили выставку 70%. Какое количество людей посетили выставку, если численность города составляет 500 тыс. человек. Анализируя эффективность коммуникационной стратегии, музей получил следующие данные по модели AIDA: 80% потенциальной аудитории слышали о выставке, 60% проявили интерес к экспозиции, 30% выразили желание посетить выставку, посетили выставку 50%. Какое количество людей посетили выставку, если численность города составляет 500 тыс. человек.	ПК-4
	Ответ: 36000 36 тыс.	

2. Искусство и арт-рынок Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Первые выставки картин неизвестных молодых художников в Париже проводились Первые выставки картин неизвестных молодых художников в Париже проводились 1. в Средние века 2. в начале XVII века 3. в середине XVIII века 4. в начале XX века.	1	УК-5
2	Главными покупателями произведений искусства исторически являются Главными покупателями произведений искусства исторически являются 1. государственные музеи 2. частные коллекционеры 3. представители массовой публики 4. корпоративные коллекционеры		УК-5

	Ответ:	2	
3	Закупка новых произведений искусства корпоративными коллекционерами имеет целью Закупка новых произведений искусства корпоративными коллекционерами имеет целью 1. реализацию программы корпоративной социальной ответственности 2. реализацию программы инвестирования 3. имиджевую политику 4. реализацию программы оптимизации затрат		УК-5
	Ответ:	1 2 3	
4	Арт-лизинг – это Арт-лизинг – это 1. аренда картин для офисов 2. выставление на торги частных коллекций 3. экспонирование работ художников в офисах корпораций 4. продажа собраний искусства, принадлежащих корпоративным коллекционерам.		УК-5
	Ответ:	1	
5	Продажа музейных экспонатов с целью купить более нужные музею произведения называется ... Продажа музейных экспонатов с целью купить более нужные музею произведения называется ...		УК-5
	Ответ:	- диакацией - диакация	
6	Главной предпосылкой к выделению куратора выставки в самостоятельную фигуру арт-рынка является Главной предпосылкой к выделению куратора выставки в самостоятельную фигуру арт-рынка является 1. увеличение массовой публики 2. характер эстетики современного искусства, далекий от неподготовленного зрителя 3. возросший спрос на произведения современного искусства со стороны частных коллекционеров 4. возросший спрос на выставочное пространства со стороны художников.		УК-5
	Ответ:	2	
7	Высокая репутация художника определяется тем, что его картины Высокая репутация художника определяется тем, что его картины 1. находятся в частной коллекции 2. находятся в корпоративной коллекции 3. экспонируются музеем 4. продаются на аукционе		УК-5
	Ответ:	3	
8	19 июля 1937 года в Мюнхене открылась выставка «Дегенеративное искусство», в экспозицию которой были включены работы Василия Кандинского, Марка Шагала, Пауля Клее, Эрнста Людвиг Кирхнера, Оскара Коккошки, Пита Мондриана и многих других известных художников-авангардистов. Нацистские «кураторы» создавали экспозицию с единственной целью – развенчать модернистское искусство, показать немцам глубину падения искусства, если им занимаются евреи и большевики. Нацисты задумывали выставку как смотр нелепостей и абсурда. Однако, вопреки ожиданиям организаторов, выставка стала самым посещаемым модернистским проектом в XX веке. Как вы объясните этот феномен? 19 июля 1937 года в Мюнхене открылась выставка «Дегенеративное искусство», в экспозицию которой были включены работы Василия Кандинского, Марка Шагала, Пауля Клее, Эрнста Людвиг Кирхнера, Оскара Коккошки, Пита Мондриана и многих других известных художников-авангардистов. Нацистские «кураторы» создавали экспозицию с единственной целью – развенчать модернистское искусство, показать немцам глубину падения искусства, если им занимаются евреи и большевики. Нацисты задумывали выставку как смотр нелепостей и абсурда. Однако, вопреки ожиданиям организаторов, выставка стала самым посещаемым модернистским проектом в XX веке. Как вы объясните этот феномен?		УК-5
	Ответ:	Выставка «Дегенеративное искусство» привлекла миллионы людей из-за запрета, скандальной рекламы нацистов и желания увидеть то, что власть пыталась уничтожить. Толпы шли не смеяться, а прощаться с великой культурой.	
9	Художественный проект объединяет разнообразные работы, практики, техники в пространстве и времени, предлагая публике новый смысл: эстетический, культурный, политический или социальный. Как достигается единство и цельность выставки? Художественный проект объединяет разнообразные работы, практики, техники в пространстве и времени, предлагая публике новый смысл: эстетический, культурный, политический или социальный. Как достигается единство и цельность выставки?		УК-5
	Ответ:	Единство и цельность художественной выставки достигаются через работу куратора, который соединяет все элементы в одно целое. Он выстраивает единую идею, логику пространства и визуальный стиль проекта.	
10	Оценка искусства на художественном рынке остается зависимой в первую очередь от ... , а не интеллектуального понимания его важности. Оценка искусства на художественном рынке остается зависимой в первую очередь от ... , а не интеллектуального понимания его важности.		УК-5
	Ответ:	визуального	

11	Определите соответствие между механизмом межкультурной коммуникации и его содержанием Определите соответствие между механизмом межкультурной коммуникации и его содержанием: 1. Когнитивная фильтрация и адаптация 2. Декодирование 3. Эмпатия 4. Стереотипизация и категоризация 5. Толерантность А способность встать на позицию собеседника, временно отказавшись от этноцентризма Б отбор, упрощение и переосмысление поступающих чужеродных данных через призму собственной картины мира В интерпретация не только текста или языка, но и скрытых смыслов, подтекстов и культурных кодов Г принятие инокультурных элементов и взаимное приспособление участников общения Д упорядочивание представлений о другой культуре через образы и шаблоны, которые могут как помогать, так и мешать диалогу	УК-5
	Ответ: 1 Б 2 В 3 А 4 Д 5 Г	
12	Определите соответствие объектов элементам культурной среды Определите соответствие объектов элементам культурной среды 1. Субъекты 2. Каналы 3. Контекст А Историческая эпоха, культурные традиции и современные тренды Б Музеи, театры, библиотеки, художники, кураторы и посетители В Живые выставки, спектакли, лекции, а также интернет-ресурсы и социальные сети	УК-5
	Ответ: 1 Б 2 В 3 А	
13	Какие цели может иметь учреждение в сфере искусства и культуры? Какие цели может иметь учреждение в сфере искусства и культуры? 1. Привлечение внимания общества к определенным аспектам культуры 2. Покрытие затрат 3. Увеличение доходов 4. Удовлетворение интересов руководителя учреждения	УК-5
	Ответ: 1 2 3	
14	Художественная галерея организует выставки, совмещающие работы представителей различных культур. Такой подход можно характеризовать как: Художественная галерея организует выставки, совмещающие работы представителей различных культур. Такой подход можно охарактеризовать как: 1. позиционирование по потребителю 2. позиционирование по исполнителю 3. позиционирование по репертуару 4. позиционирование по мероприятию	УК-5
	Ответ: 4	
15	Укажите компоненты коммуникации в сфере искусства Укажите компоненты коммуникации в сфере искусства 1. Освещение проблем 2. Информирование 3. Убеждение 4. Просвещение	УК-5
	Ответ: 2 3 4	

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Зачет пятый семестр

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Дайте развернутый ответ на вопрос Методы управления информационными ресурсами	Методы управления информационными ресурсами — это комплекс административных, экономических, организационных и технологических приемов. С одной стороны, они нужны для сбора, хранения, обработки, защиты и эффективного использования данных в организации для достижения её целей. С другой стороны, эти методы используются для управления внешними информационными ресурсами, размещаемыми на собственных площадках организации и на сторонних сайтах.	ПК-4, УК-5

2	Дайте развернутый ответ на вопрос Задачи и функции организаций культуры в сфере искусства		ПК-4, УК-5
	Ответ:	К организациям культуры относятся музеи, театры, художественные галереи, художественные фонды. Они создают, сохраняют и передают духовные ценности. Их главные задачи - сбор и защита наследия, просвещение граждан и организация качественного досуга. Ключевые функции включают воспитательную, эстетическую, коммуникативную и социализирующую роль, обеспечивая связь поколений и развитие общества.	
3	Дайте развернутый ответ на вопрос Информационное партнерство		ПК-4, УК-5
	Ответ:	Информационное партнерство - это взаимовыгодное сотрудничество между организаторами мероприятия (конференции, форума, выставки) и медиаресурсом (СМИ, блогером, порталом). Организаторы получают бесплатную рекламу и охваты, а медиа - эксклюзивный контент, упоминания и статус поддержки	
4	Дайте развернутый ответ на вопрос Искусство как язык культуры и система кодов		ПК-4, УК-5
	Ответ:	Роль автора (передатчик), текста (сообщение) и реципиента (получатель).	
5	Дайте развернутый ответ на вопрос Функции общения в искусстве		ПК-4, УК-5
	Ответ:	1. Диалогическая: обеспечение контакта и взаимопонимания между поколениями и культурами. 2. Суггестивная (внушающая): эмоционально-психологическое воздействие на аудиторию. 3. Фатическая (контактоустанавливающая): поддержание внимания общества к значимым ценностям. 4. Катарсическая: очищение и гармонизация внутреннего мира через сопереживание.	
6	Дайте развернутый ответ на вопрос Трансформация форм социальных взаимоотношений в сфере современного искусства		ПК-4, УК-5
	Ответ:	Современное искусство трансформировалось посредством перехода от создания отдельных материальных объектов к формированию живых социальных связей. Художественное произведение превратилось в процесс, площадку для общения и совместного опыта, где зритель становится активным создателем/соавтором, а галерея представляет пространство для диалога и формирования микросообществ. Автор выступает организатором процесса, режиссером социальной ситуации. Граница между творцом и публикой стирается через интерактивные инсталляции. Выставка организуется как дискуссионное поле, поднимающее острые общественные проблемы.	
7	Дайте развернутый ответ на вопрос Влияние цифровых технологий на коммуникации в искусстве		ПК-4, УК-5
	Ответ:	Цифровая среда трансформирует характер коммуникационного процесса. Социальные сети превращают искусство в вирусный контент, меняя скорость и масштаб реакций. Виртуальные платформы создают новые формы арт-активизма и глобального диалога вне физических стен музеев.	
8	Дайте развернутый ответ на вопрос Механизмы межкультурной коммуникации и её составляющие		ПК-4, УК-5
	Ответ:	Межкультурная коммуникация — это процесс общения и передачи информации между представителями разных культур. Ее главные составляющие включают отправителя, сообщение, канал, получателя и контекст, а ключевые механизмы опираются на когнитивную адаптацию, перевод смыслов, эмпатию и преодоление культурных барьеров. Основные механизмы межкультурной коммуникации ● Когнитивная фильтрация и адаптация: отбор, упрощение и переосмысление поступающих чужеродных данных через призму собственной картины мира. ● Культурный перевод (декодирование): интерпретация не только текста или языка, но и скрытых смыслов, подтекстов и культурных кодов. ● Эмпатия и децентрация: способность встать на позицию собеседника, временно отказавшись от этноцентризма. ● Стереотипизация и категоризация: упорядочивание представлений о другой культуре через образы и шаблоны, которые могут как помогать, так и мешать диалогу. ● Толерантность и аккультурация: принятие инокультурных элементов и взаимное приспособление участников общения.	
9	Дайте развернутый ответ на вопрос Визуализация медиапространства средствами коммуникации		ПК-4, УК-5
	Ответ:	Визуализация медиапространства средствами коммуникации - это процесс преобразования абстрактных данных, текстов и смыслов в наглядные образы и мультимедиа. Этот подход ускоряет восприятие информации, делает сложные новости и идеи понятными для каждого человека. Основные средства визуализации: ● Инфографика: таблицы, схемы и карты, которые показывают цифры и связи. ● Видео и анимация: живые картинки и ролики, объясняющие события быстрее текста. ● Фоторепортажи: снимки, передающие эмоции и суть происходящего. ● Дизайн и шрифты: цвет и форма текста, привлекающие внимание на экране.	

10	Дайте развернутый ответ на вопрос Механизмы управления новостной информацией		ПК-4, УК-5
	Ответ:	Механизм управления новостной информацией представляет собой набор приемов и методов, с помощью которых медиа, государство или бизнес влияют на отбор, подачу и восприятие новостей. Основные приемы работы с новостями: ● Умолчание - удаление или игнорирование невыгодных фактов. ● Перестановка - изменение порядка новостей, чтобы важная или слабая тема казалась главной или незаметной. ● Фрейминг - задание определенного угла зрения, при котором событие подается через нужную призму (например, как угроза или как победа). ● Селекция - жесткий отбор спикеров, экспертов и фактов, подтверждающих определенную точку зрения.	

7.1. Уровни овладения

Компетенция: УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Индикатор достижения компетенции: УК-5.2 Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Компетенция: ПК-4 Способен управлять информационными ресурсами.

Индикатор достижения компетенции: ПК-4.2 Управляет информационными ресурсами.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80

Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Основы теории коммуникации: учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова, М. Б. Бергельсон, А. Л. Борисенко [и др.]; Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова.. - Москва: Юрайт, 2026. - 193 с - 978-5-534-00242-3. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583756> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Собольников, В. В. Невербальные средства коммуникации: учебник для вузов / В. В. Собольников. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 164 с - 978-5-534-05922-9. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586168> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
3. Адамьянц, Т. З. Социальные коммуникации: учебник для вузов / Т. З. Адамьянц. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 200 с - 978-5-534-06898-6. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586496> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
4. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации: учебник для вузов / Д. П. Гавра. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 231 с - 978-5-534-06317-2. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583608> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
5. Бутенина, Е. М. Практикум по межкультурной коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. М. Бутенина, Т. А. Иванкова. - Москва: Юрайт, 2026. - 184 с - 978-5-534-14071-2. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/588308> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Зуляр, Р. Ю. Информационно-библиографическая культура: учебник для вузов / Р. Ю. Зуляр. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 136 с - 978-5-534-18859-2. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/589007> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Наумов, В.Н. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж / В.Н. Наумов. - Москва: Инфра-М, 2022. - 404 с. - 978-5-16-012042-3. - Текст: электронный // ibooks: [сайт]. - URL: <https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=361574> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
3. Тавокин, Е. П. Социология управления. Методы получения социальной информации: учебное пособие для вузов / Е. П. Тавокин. - 4-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 190 с - 978-5-534-07728-5. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/585315> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
4. Городнова, А. А. Развитие информационного общества: учебник и практикум для вузов / А. А. Городнова. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 294 с - 978-5-534-18716-8. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/584003> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

5. Горелов, Н. А. Цифровая экономика и информационное общество: учебник для вузов / Н. А. Горелов, О. Н. Кораблева. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 328 с - 978-5-534-18432-7. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586194> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

6. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова, Н. П. Бугакова, Х. А. Константиныди [и др.] - Москва: Юрайт, 2026. - 367 с - 978-5-534-02476-0. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/582970> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. <https://lks.dap.gov.ru/> - Цифровая аналитическая платформа предоставления статистических данных» (ГИС ЦАП)

2. <http://pravo.gov.ru/> - Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации»

Ресурсы «Интернет»

1. <http://inion.ru/resources/bazy> - Библиографические базы данных ИНИОН РАН

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

1. Справочно-правовая система "Консультант Плюс";

2. Справочно-правовая система "Гарант-Максимум";

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ

Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения