



**УТВЕРЖДАЮ**  
Заместитель директора Ур СЭИ (филиал)  
ОУП ВО «АТИСО» по УВР

О.В. Зубкова

« 29 » июня 2021 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

#### Направление подготовки

42.03.01. Реклама и связи с общественностью  
(код и наименование направления подготовки)

#### Направленность (профиль)

Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

бакалавр

(бакалавр, магистр)

Кафедра: Гуманитарных, естественнонаучных и математических дисциплин

#### Разработчики программы:

К.п.н., доцент Л.М. Спирина

Программа обсуждена на заседании кафедры ГЕМД  
протокол № 8 от «28» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой ГЕМД

Е.П. Маскайкин

«28» мая 2021 г.

# Оглавление

|     |                                                                                                                                               |                                 |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| 1.  | ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)                                                                                                    | Ошибка! Закладка не определена. |
| 2.  | ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....                                                                                   | 3                               |
| 2.1 | Планируемые результаты обучения по дисциплине .....                                                                                           | 3                               |
| 2.2 | Результаты освоения образовательной программы: .                                                                                              | Ошибка! Закладка не определена. |
| 3.  | МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....                                                                         | 4                               |
| 4.  | ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ .....                                                                                         | 4                               |
| 5.  | СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....                                                                                                          | 4                               |
| 5.1 | Содержание дисциплины (модуля) .....                                                                                                          | 4                               |
| 5.2 | Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий .....                                                                                 | 6                               |
| 6.  | ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)                                       | 7                               |
| 7.  | ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА .....                                                                                            | 8                               |
| 8.  | ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ..... | 9                               |
| 9.  | ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....                                            | 9                               |
| 10. | ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....                                                                                                              | Ошибка! Закладка не определена. |

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Целью изучения дисциплины является:** приобретение обучающимися знаний и умений исследования социологического способа изучения массовой коммуникации; развитие самостоятельности мышления с учетом получения нового знания.

Задачи дисциплины:

- изучить историю возникновения массовых коммуникаций в обществе;
- изучить средства массовой коммуникации как социальную подсистему;
- изучить основы, сущность, методы и инструменты социологических исследований в рекламе и связях с общественностью.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 2.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Освоение дисциплины направлено на формирование у студентов следующих компетенций:

**универсальных компетенций и индикаторов их достижения:**

| Категория (группа)<br>УК     | Код и наименование<br>универсальной компетенции                                                                              | Код и наименование индикатора достижений<br>универсальной компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Межкультурное взаимодействие | УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп<br>УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социальнокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задачи образования), включая мировые религии, философские и этические учения<br>УК-5.3. Умеет недискриминационно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социально-культурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции |

### 2.2. Результаты освоения образовательной программы:

В результате изучения дисциплины студент должен:

**знать:**

- основы, сущность, методы и инструменты социологических исследований в рекламе и связях с общественностью;

- специфику использования интернет-технологий в социологическом исследовании;
- социологические методы изучения аудитории массовых коммуникаций;

**уметь:**

- использовать социологические методы изучения аудитории массовых коммуникаций, оценивать эффективность массовой коммуникации;

- использовать СМИ в формировании общественного мнения;;

**владеть/ быть в состоянии продемонстрировать:**

- навыками организации социологических исследований в средствах массовой коммуникации с учетом межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском аспектах.

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Согласно ФГОС и ОПОП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью дисциплина «Социология массовых коммуникаций» относится к обязательным дисциплинам блока Б1(Б1.О.09).

Изучение курса базируется на знаниях следующих дисциплин: «Культурология», «История». Учебная дисциплина является предшествующей для дисциплин «Основы теории коммуникации», «Психология массовых коммуникаций» и др.

### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

| Объем дисциплины                                                               | Всего часов              |                                 |                            |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------|----------------------------|
|                                                                                | Для очной формы обучения | Для очно-заочной формы обучения | Для заочной формы обучения |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины (зачетных единиц/часов)</b>                   | 2/72                     |                                 |                            |
| <b>Контактная работа – аудиторные занятия:</b>                                 | 38                       |                                 |                            |
| Лекции                                                                         | 18                       |                                 |                            |
| Семинары, практические занятия                                                 | 18                       |                                 |                            |
| КтЗа, КтЭк, КонсЭ                                                              | 2                        |                                 |                            |
| <b>Самостоятельная работа обучающегося (всего с промежуточной аттестацией)</b> | 34                       |                                 |                            |
| <b>Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)</b>          | Зачет                    |                                 |                            |

### 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 5.1 Содержание дисциплины (модуля)

##### *Раздел 1. Социология средств массовой коммуникации*

##### **Тема 1. Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход**

Социология массовой коммуникации в системе социологического знания. Зарубежные и отечественные представители социологии массовой коммуникации и их вклад в изучение средств массовой коммуникации. Теории, проблемы и направления изучения массовой коммуникации на современном этапе.

##### **Тема 2. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема**

Массовая коммуникация как социальный институт. Функции массовой коммуникации. Массовая коммуникация в информационном обществе.

##### **Тема 3. Социальная роль и социальные функции социологии массовых коммуникаций**

Социальные функции массовой коммуникации. Пропаганда социальных целей

##### **Тема 4. Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства.**

Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства: модель независимой прессы, модель социальной ответственности, модель демократического представительства, советская модель, авторитарная и модель развития. Типологизация СМИ.

**Тема 5. Деятельность СМИ как реализация интересов социальных субъектов**

Реклама в средствах массовой коммуникации. PR-деятельность в пространстве массовой коммуникации.

**Тема 6. СМИ в формировании общественного мнения**

Содержание понятий общественное мнение и общественное сознание. Влияние СМИ на общественное мнение

**Раздел 2. Социологические исследования в массовых коммуникациях**

**Тема 7. Социология рекламной деятельности**

Реклама в печатных СМИ. Реклама на телевидении. Реклама в Интернете.

**Тема 8. Социологические методы изучения аудитории МК**

Наблюдение, интервью.

**Тема 9. Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью**

Разработка плана и программы исследования. Составление анкеты. Экспертный опрос

**Тема 10. Изучение читательской аудитории**

Разработка плана и программы социологического исследования читательской аудитории газеты. Составление анкеты. Обработка результатов опроса. Использование результатов исследования.

**Тема 11. Использование интернет-технологий в социологических исследованиях**

Традиционные и компьютерные технологии в социологическом исследовании - достоинства и недостатки. Изучение основных направлений развития социологической сети Интернета. Знакомство с технологиями онлайн-исследований. Участие в онлайн-опросе. Сравнительный анализ организационно-метрологических характеристик традиционных и онлайн-методов опроса.

## 5.2 Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий

**Общая трудоемкость изучения дисциплины по учебному плану: 3.Е. (часов) 2/72**

Форма обучения **Очная**

Вид контроля

Зачет

| №<br>п/п | Наименование темы                                                     | Очная форма обучения |                        |                      |       |                               | Компетенции | Литература |
|----------|-----------------------------------------------------------------------|----------------------|------------------------|----------------------|-------|-------------------------------|-------------|------------|
|          |                                                                       | всего                | Аудиторны<br>е занятия |                      | Км 3а | Самостоятельная<br>подготовка |             |            |
|          |                                                                       |                      | Лекции                 | Практические занятия |       |                               |             |            |
|          | Раздел 1. Социология средств массовой коммуникации                    |                      |                        |                      |       |                               |             |            |
| 1        | Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход | 4                    | 1                      | 1                    |       | 2                             | УК-5        | Л.1-7      |
| 2        | Средства массовой коммуникации как социальная подсистема              | 4                    | 1                      | 1                    |       | 2                             | УК-5        | Л.1-7      |
| 3        | Социальная роль и социальные функции СМК                              | 8                    | 2                      | 2                    |       | 4                             | УК-5        | Л.1-7      |
| 4        | Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства.                  | 8                    | 2                      | 2                    |       | 4                             | УК-5        | Л.1-7      |
| 5        | Деятельность СМИ как реализация интересов социальных субъектов        | 8                    | 2                      | 2                    |       | 4                             | УК-5        | Л.1-7      |
| 6        | СМИ в формировании общественного мнения                               | 8                    | 2                      | 2                    |       | 4                             | УК-5        | Л.1-7      |
| 7        | Социология рекламной деятельности                                     | 8                    | 2                      | 2                    |       | 4                             | УК-5        | Л.1-7      |
|          | Раздел 2. Социологические исследования в массовых коммуникациях       |                      |                        |                      |       |                               |             |            |
| 8        | Социологические методы изучения аудитории МК                          | 8                    | 2                      | 2                    |       | 4                             | УК-5        | Л.1-7      |
| 9        | Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью     | 6                    | 2                      | 2                    |       | 2                             | УК-5        | Л.1-7      |
| 10       | Изучение читательской аудитории                                       | 4                    | 1                      | 1                    |       | 2                             | УК-5        | Л.1-7      |
| 11       | Использование интернет-технологий в социологических исследованиях     | 4                    | 1                      | 1                    |       | 2                             | УК-5        | Л.1-7      |
|          | Контактная работа на зачете                                           | 2                    |                        |                      | 2     |                               |             |            |
|          | Всего часов                                                           | 72                   | 18                     | 18                   | 2     | 34                            |             |            |
|          | Зачетные единицы                                                      | 2                    |                        |                      |       |                               |             |            |

**Вид промежуточной аттестации: зачет**

## **6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **Тема 1. Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход**

Изучить дополнительный материал по вопросам:

1. Соотношение социологического, психологического, культурологического и других подходов к изучению массовой коммуникации.
2. Роль коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости социума.
3. Коммуникации как способ формирования целей развития.
4. Технологические и социальные революции как факторы изменений в средствах и функциях массовой коммуникации.

### **Тема 2. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема**

Изучить дополнительный материал по вопросам:

1. Факторы отбора информации в реальной деятельности информационных органов: профессиональные факторы, факторы групп интересов;
2. Динамика теоретических представлений о роли массовой коммуникации в жизни индивида и общества.

### **Тема 3. Социальная роль и социальные функции социологии массовых коммуникаций**

Изучить дополнительный материал по вопросам:

1. Функция информирования.
2. Функция воспитания.
3. Функция снятия напряжения.
4. Функция коммуникации.
5. Функция организации поведения.
6. Исторический характер функций СМК.
7. Функции СМК в парадигме модернизационного общества.

### **Тема 4. Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства.**

Изучить дополнительный материал по вопросам:

1. СМИ и власть, понятие «четвертой власти».
2. Проблема свободы СМИ.
3. Модели СМИ в постсоветской России.
4. Социальная ответственность СМК и власти.
5. Понятие информационной безопасности.

### **Тема 5. Деятельность СМИ как реализация интересов социальных субъектов**

Изучить дополнительный материал по вопросам:

1. Социальные условия возникновения и активного функционирования рекламы в обществе.
2. Особенности рекламы в различных средствах массовой информации.
3. Коммерческая, политическая и социальная реклама в средствах массовой информации: особенности, структура, социальные функции.
4. Связи с общественностью в России: современные проблемы и тенденции развития.
5. Специфика PR в различных видах СМИ.

### **Тема 6. СМИ в формировании общественного мнения**

Изучить дополнительный материал по вопросам:

1. Взаимодействие межличностной и массовой коммуникации в процессе формирования общественного мнения.
2. Опросы общественного мнения в прессе как текст.
3. Профессиональные требования к публикации опросов.
4. Влияние рейтингов общественного мнения на процесс принятия решения индивида

**Тема 7. Социология рекламной деятельности**

Ознакомиться с примерами рекламных кампаний.

**Тема 8. Социологические методы изучения аудитории МК**

Изучить дополнительный материал по вопросам:

1. Исследование аудитории – соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов.
2. Механизм исследования целевой аудитории.
3. Электронные способы измерения аудитории.
4. Проблема рейтинга аудитории

**Тема 9. Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью**

Изучить Интернет-ресурсы по вопросу: «Реклама в средствах массовой коммуникации. Виды и методы социологических исследований»

**Тема 10. Изучение читательской аудитории**

Изучить интернет-ресурсы по вопросу: «Опрос как метод получения первичной информации»

**Тема 11. Использование интернет-технологий в социологических исследованиях**

Изучить дополнительный материал по вопросам:

1. Традиционные и компьютерные технологии в социологическом исследовании: достоинства и недостатки.
2. Изучение основных направлений развития социологической сети Интернет.
3. Технологии онлайн-исследований.

**7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Основная литература**

1. Яшин, Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций: учебное пособие для учащихся высших учебных заведений: [16+] / Б.Л. Яшин. – Изд. 2-е, стер. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 246 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575193> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0130-9. – DOI 10.23681/575193. – Текст: электронный.
2. Кирия, И.В. История и теория медиа: учебник для вузов: [16+] / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с.: ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753> – Библиогр.: с. 401-414. – ISBN 978-5-7598-2116-8. – Текст: электронный
3. Паршукова, Г.Б. Основы теорий коммуникаций: теории и модели коммуникаций: [16+] / Г.Б. Паршукова; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 71 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576452> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7782-3287-7. – Текст: электронный.
4. Социология коммуникации: практикум / составители С. С. Асатрян. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 98 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75598.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

**Дополнительная литература**

5. . Системность массовых коммуникаций: образы «свой-чужой» в инфодемии / В. Л. Музыкант, В. В. Барабаш, Г. А. Бордюгов и др. ; под общ. ред. В. Л. Музыканта, В. В. Барабаш. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 369 с. : табл., ил. – Режим доступа: по

подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600809> – ISBN 978-5-4499-1694-5. – Текст : электронный.

6. Федотова, Л.Н. Социология рекламной деятельности: учебник / Л.Н. Федотова; Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. – 5-е изд., перераб. – Москва: Московский Государственный Университет, 2014. – 457 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=595573> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-19-010844-6. – Текст: электронный.

7. Данилова, И. А. Социология и психология управления: учебное пособие / И. А. Данилова, Р. Н. Нуриева. — 2-е изд. — Саратов: Научная книга, 2019. — 98 с. — ISBN 978-5-9758-1781-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81083.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| № п/п                        | Интернет ресурс (адрес)/система                                           | Описание ресурса/системы                                                           |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Профессиональные базы данных |                                                                           |                                                                                    |
| 1.                           | <a href="http://soc.lib.ru/su">http://soc.lib.ru/su</a>                   | Библиотека социологических текстов                                                 |
| 2.                           | <a href="http://soc.lib.ru/links.htm">http://soc.lib.ru/links.htm</a>     | Каталог ссылок на интернет-ресурсы по социологии                                   |
| 3.                           | <a href="http://socyus.ru/sitemap.html">http://socyus.ru/sitemap.html</a> | Сайт по социологии управления                                                      |
| 4.                           | <a href="http://isras.ru/csuisp.html">http://isras.ru/csuisp.html</a>     | Сайт Центра социологии управления и социальных технологий института социологии РАН |

## 9. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения, в которых проводятся занятия, представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий. Данные аудитории оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

**Мультимедийная лекционная аудитория.** Оборудование: стол преподавателя, столы, стулья, персональный компьютер (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); стационарный видеопроектор с экраном; звуковое оборудование (микрофон, колонки); меловая доска; коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. Microsoft Office 2007, 2019. Adobe Acrobat. Google Chrome, Mozilla Firefox., наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

**Компьютерный класс (лаборатория) для практических работ, для самостоятельной работы.** Оборудование: стол преподавателя, столы, стулья, персональные компьютеры (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. Microsoft Office 2007, 2019. Adobe Acrobat. Google Chrome, Mozilla Firefox.; доска маркерная.

**Аудитория для занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.** Оборудование: стол преподавателя, столы, стулья, меловая доска.

## 10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» используются следующие образовательные технологии.

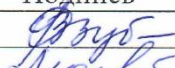
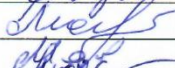
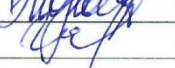
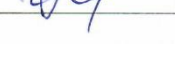
### 1. Стандартные методы обучения:

- лекции, в т.ч. с использованием мультимедийных презентаций;
- практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;
- письменные или устные домашние задания;
- аудиторные контрольные работы;
- практические задания;
- консультации преподавателей;
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение письменных/устных заданий, работа с литературой.

### 2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- интерактивные лекции;
- ролевая игра;
- групповые дискуссии и проекты;
- обсуждение подготовленных студентами эссе;
- обсуждение результатов работы студенческих исследовательских групп;
- решение ситуационных задач;
- участие в конференциях;
- тестирование.

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

| №п/п | Подразделение      | Фамилия         | Подпись                                                                               | Дата          |
|------|--------------------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1    | Кафедра экономики  | О.В. Зубкова    |  | 29.06.2021 г. |
| 2    | Кафедра МиУП       | Е.В. Маскайкина |  | 29.06.2021 г. |
| 3    | Кафедра ГЕМД       | Е.П. Маскайкин  |  | 29.06.2021 г. |
| 4    | Учеб.-метод. отдел | М.О. Дерябичева |  | 29.06.2021 г. |
| 5    | Библиотека         | Г.В. Шпакова    |  | 29.06.2021 г. |