

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
"Национальный исследовательский университет
"Высшая школа экономики"**

Факультет коммуникаций, медиа и дизайна
Департамент интегрированных коммуникаций

Рабочая программа дисциплины Интегрированные коммуникации

для образовательной программы «Интегрированные коммуникации»
направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
уровень: магистр

Версия автора

Разработчик программы Евстафьев Д.Г. , профессор Департамента
интегрированных коммуникаций, devstafiev@hse.ru

Москва, 2016

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями
университета и другими вузами без разрешения подразделения-разработчика программы.*



1 Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает требования к образовательным результатам и результатам обучения студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих дисциплину «Интегрированные коммуникации», учебных ассистентов и студентов направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», обучающихся по образовательной программе «Интегрированные коммуникации», уровень обучения – «Магистр»

Программа разработана в соответствии с:

- Образовательный стандарт НИУ ВШЭ по направлению «Реклама и связи с общественностью» уровень подготовки «Магистр»
- Образовательной программой 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
- Рабочим учебным планом университета по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» подготовки магистра для магистерской программы «Интегрированные коммуникации», утвержденным в 2016 г.

2 Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование системного понимания особенностей современных медийных и немедийных коммуникаций и влияния сферы коммуникаций на развитие современного общества

Задачами освоения дисциплины являются:

- Углубление и систематизация понимания ключевых терминов и понятий, используемых в сфере коммуникаций.
- Формирование понимания комплексности функционирования коммуникационного пространства.
- Изучение основных законов взаимодействия общества и сферы коммуникации.
- Формирование устойчивой способности к деконструкции любого коммуникационного явления (акта) и оценки влияния не него конкретного контекста.
- Систематизация ранее полученных практических знаний в сфере бизнес- и политических коммуникаций.
- Получение понимания теоретических основ функционирования каналов коммуникаций в современном мире.
- Формирование диалектического понимания взаимодействия и взаимовлияния различных каналов информации и носителей информации.
- Формирование способности к теоретическому осмыслению эмпирического опыта использования коммуникаций.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

- Владеть терминологией, используемой в сфере коммуникаций, обладать способностью разяснять сущность терминов и их функциональное и общественно философское содержание.

- Понимать приоритетную сущность контента для формирования полноценной системы интегрированных коммуникаций.

- Знать основные тенденции развития современного коммуникационного пространства.

- Иметь представление о характере взаимного воздействия коммуникаций и общества. Понимать и уметь разяснить диалектический характер коммуникаций в современную историческую эпоху.



- Обладать глубоким пониманием структуры коммуникативного пространства и особенностей функционирования его ключевых компонентов.
- Знать структуру участников процесса интегрированных коммуникаций, понимать условия их деятельности, особенности и ограничения.
- Разбираться в основных механизмах управления информационным потоком.
- Глубоко понимать особенности развития интегрированных коммуникаций на современном этапе.

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

Компетенция	Код по ФГОС/НИУ	Уровень формирования компетенции РБ/СД/МЦ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Форма контроля уровня сформированности компетенции
Способен рефлексировать, оценивать и перерабатывать освоенные научные методы и способы деятельности	СК-2	РБ - Обладание знаниями об основных методах научных исследований массовых коммуникаций. - Обладание знаниями об основных принципах оценки информационного потока на глобальном, региональном и локальном уровне.	- Знание основных подходов к анализу современной системы массовых коммуникаций. - Понимание основных этапов развития системы массовых коммуникаций - Знание основных методик оценки информационного пространства.	Лекции Семинары	* Эссе * Выступления на семинарах * Ответы на семинарах
Способен анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию и работать в условиях неопределенности	СК-6	РБ - Обладание знаниями и теоретическими навыками самостоятельного нематематизированного аудита информационного пространства. - Обладание навыками для выделения системных связей в информационном потоке.	- Знание основных особенностей функционирования ключевых каналов коммуникаций. - Понимание основных принципов распространения информации в современном мире.	Лекции Семинары	* Выступления на семинарах * Индивидуальные письменные работы
Способен к разработке и использованию новых	ПК-5	РБ - Знание теоретических основ разработки	- Способность к выбору вариантов воздействия на ключевые целевые аудитории в рамках	Семинары Задания на семинарах Самостоятельное	* Выступления на семинарах * Презентация программ и



Компетенция	Код по ФГОС/НИУ	Уровень формирования компетенции РБ/СД/МЦ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Форма контроля уровня сформированности компетенции
мультимедийных коммуникационных стратегий		<p>комплексных коммуникационных стратегий.</p> <ul style="list-style-type: none">- Знание ключевых взаимосвязей между каналами коммуникаций, контентом и целевыми аудиториями. <p>СД</p> <ul style="list-style-type: none">- Способность к адекватной динамической оценке эффективности тех или иных каналов коммуникаций в конкретных обстоятельствах- Способен к самостоятельному выбору каналов коммуникаций для коммуникационных стратегий.- Способность к самостоятельному выявлению и оценке новых мультимедийных коммуникационных технологий. <p>МЦ</p> <ul style="list-style-type: none">- Способность к выстраиванию мультимедийных коммуникационных стратегий в соответствии с реально существующим контекстом.- Способность к ретроспективной оценке эффективности предложенных стратегий.- Способность к коррекции стратегий в соответствии с новыми условиями	<p>поставленных конечных задач.</p> <ul style="list-style-type: none">- Понимание специфики и ограничений в воздействии тех или иных каналов коммуникаций на целевые аудитории.- Способность оценить эффективность применения каналов коммуникаций в рамках различных	изучение кейсов	проектов



Компетенция	Код по ФГОС/НИУ	Уровень формирования компетенции РБ/СД/МЦ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Форма контроля уровня сформированности компетенции
Способен к сравнительному анализу возможностей различных медиа-каналов для выхода на аудиторию с использованием наиболее подходящих медиа-носителей	ПК-6	РБ - Понимание основных социо-культурных особенностей ключевых целевых аудиторий и особенностей развития каналов коммуникаций в современном обществе. - Понимание особенностей социального влияния ключевых медиа-носителей.	- Способность к адекватному выбору и оценке ключевых целевых аудиторий для реализации коммуникационных программ. . - Понимание ключевых тенденций в развитие каналов коммуникаций, используемых в процессе реализации рекламных и PR кампаний.	Семинары, выполнение заданий на семинарах. Разбор выполненных заданий Домашние задания	* Написание контрольных текстов * Подготовка проектов * Эссе * Проверочные работы * Выступления на семинарах
Способен к применению возможностей информационных и телекоммуникационных технологий в сфере PR и рекламы	ПК-11	Рб - Понимание алгоритмов планирования информационных кампаний с использованием различных коммуникционных средств. СД - Способность к рефлексии относительно уровня эффективности и достижения поставленных целей и задач. - способность распознавать модели, используемые в рекламных и коммуникционных кампаниях. - Способность к ретроспективному анализу наиболее успешных рекламных кампаний, разработанных другими участниками рынка.	- Способность к выработке базовых коммуникционных программ, направленных на достижение заданных целей. - Способность к распознаванию в информационном потоке признаков медийных кампаний. - Способность к постановке задач исполнителям при подготовке коммуникционных стратегий, предусматривающий использование различных каналов коммуникаций.	Семинары Домашние задания	* Выступления на семинарах * Индивидуальных письменные работы * Эссе
Способен к участию в планировании,	ПК-16	РБ: - Устойчивые знания алгоритмов	Способность комплексно оценивать контекст, в котором	Семинары Домашние задания	* Учебные проекты



Компетенция	Код по ФГОС/НИУ	Уровень формирования компетенции РБ/СД/МЦ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Форма контроля уровня сформированности компетенции
подготовке, и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с поставленными целями и задачами организации		планирования коммуникационных программ и проектов применительно к различным вариантам организационной структуры подразделения по связям с общественностью. СД: - Способность к корректной постановке задач перед подразделением по связям с общественностью и его работниками.	предполагается осуществление коммуникационных программ. Способность к выстраиванию адекватной обратной связи с заказчиками и партнерами. Способность вести организационную деятельность, направленную на выполнение поставленных перед подразделением по связям с общественностью задач.	Выполнение учебных проектов	

4 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина относится к циклу общих дисциплин направления М.1 и является базовой для направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» подготовки магистров.

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- Основы экономики.
- Основы менеджмента.
- Социальные и психологические особенности развития современного общества
- Социокультурные и религиозные особенности развития современного общества.
- Суть и история развития общественных коммуникаций.
- История развития рынка массовых коммуникаций и его современная структура.
- Основы управления бизнес-единицами.
- Суть и задачи корпоративных коммуникаций
- Основы управления (процессами и субъектами).
- Базовыми знаниями в сфере государства и права.
- Знаниями основ современной политической философии.
- Базовыми знаниями коммуникационных (информационных и PR) практик.



Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Социология
- Политология и политическая философия
- Системный анализ
- Управление интегрированными коммуникациями
- Теория и практика массовой информации

5 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы			Самостоятельная работа
			Лекции и	Семинары	Практические занятия	
1	Введение в интегрированные коммуникации	34	4			30
2	Структура коммуникационного пространства в системе интегрированных коммуникаций	26	2	4		20
3	Основные участники коммуникационного процесса и особенности их поведения в системе интегрированных коммуникаций	32	2	10		20
4	Особенности развития современных интегрированных коммуникаций	40	2	12		26
5	Перспективы развития интегрированных коммуникаций	40	2	8		30
6	Подведение итогов курса	18	2	2		14
	Итого	190	14	36		140

6 Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	1 год				Параметры **
		1	2	3	4	
	Домашнее задание (доклад, презентация на семинаре)	*	*			Доклад Презентация Индивидуальный проект, групповая работа
Промежуточный	Эссе	*				Письменная работа, презентация Классическое эссе
Итоговый	Экзамен		*			Устный экзамен.



7 Критерии оценки знаний, навыков

Оценки по всем формам текущего контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

Отлично (8-10)	Студент показывает отличное знание теоретического материала, использование дополнительной литературы, использует широкий диапазон коммуникативных средств и умений, обладает глубокими знаниями в отношении ключевых проблем развития коммуникаций в современном обществе. Студент обладает знаниями о современных концепциях в сфере развития коммуникаций и о научно-прикладном дискурсе. Студент способен преломить теоретические знания из области «теории интегрированных коммуникаций» к практическим задачам.
Хорошо (6-7)	Теоретические знания основательные, использует довольно широкий диапазон коммуникативных средств и умений. В целом, демонстрирует понимание сути коммуникационных процессов и способность деконструировать то или иное коммуникационное явление. Понимает и может объяснить взаимосвязь коммуникационных процессов и контекста. Студент знаком с дополнительной литературой по курсу и ориентируется в общей теории коммуникаций.
Удовлетворительно – (4-5)	Студент демонстрирует наличие базовых знаний по теме, ставших результатом изучения базовой литературы и посещения лекций. Студент обладает уверенными знаниями лекционной части курса, однако отсутствуют признаки изучения дополнительной литературы. Студент знает основных авторов теории коммуникаций. Студент способен частично деконструировать то или иное коммуникационное событие, однако испытывает затруднение с привязкой его к конкретному контексту.
Неудовлетворительно – (1-3)	Студент не способен определить ключевые аспекты той или иной темы. Студент не демонстрирует признаков изучения литературы и самостоятельной работы по теме. Студент стремится выбирать варианты ответа на основании «здравого смысла».

8 Содержание дисциплины

1. Раздел 1 Введение в интегрированные коммуникации

4 часа лекционных занятий

- Введение в проблему 1 час
- Диалектика интегрированных коммуникаций – 1 час
- Сущность и функции коммуникаций в современном обществе – 1 часа
- Основные операционные категории и понятия курса – 1 часа

22 часа самостоятельной работы



Основные формы самостоятельной работы:

- Изучение фундаментальной литературы в сфере социальной философии и теории коммуникаций.
- Изучение истории развития коммуникаций
- Изучение терминологии в сфере коммуникаций
- Изучение ключевых тенденций развития технологий коммуникаций за последние 200 лет.

Ключевая литература по разделу

- Почепцов Г.Г.. Теория коммуникации.
- Борисинев С.В. социология коммуникаций: Учеб. пособие для вузов/ С.В.Борисинев. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2003.
- Тоффлер Э. Третья волна
- Хабермас Ю., Вовлечение другого. Очерки политической теории.

2. Раздел 2. Структура коммуникационного пространства в системе интегрированных коммуникаций

Всего 2 часа лекционных и 4 часа семинарских занятий Лекционное занятие:

- Структура и особенности развития коммуникационного пространства – 2 часа

Семинарские занятия:

- Сообщение как основа коммуникационного пространства – 2 часа

- Контент как ключевая составная часть коммуникационного пространства – 2 часа

20 часов самостоятельной работы Основные формы самостоятельной работы:

- Изучение литературы по теории коммуникаций
- Подготовка индивидуальных докладов к семинарам

Ключевая литература по разделу

- Аренд Х., Ответственность и суждение.
- Афанасьев В.Г., Социальная информация и управление обществом.
- Березкина О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ.
- Ван Дейк, Тен. А., Дискурс и власть. Репрезентация в языке и коммуникации.
- Дзялошинский И.М., Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты.
- Маклюэн Г.М., Понимание медиа. Внешние расширения человека.
- Луман Н., Общество общества.

3. Раздел 3 Основные участники коммуникационного процесса и особенности их поведения в системе интегрированных коммуникаций

2 часа лекционных и 10 часов семинарских занятий

Лекционные занятия:

- Особенности коммуникаций ключевых субъектов 2

часа Семинарские занятия:

- Управление коммуникациями государственных субъектов – 2 часа

- Общественные негосударственные структуры как источник коммуникаций – 2 часа

- Бизнес-коммуникации в системе интегрированных коммуникаций. Особенности развития. – 2 часа

- Персональные коммуникации в системе интегрированных коммуникаций – 2 часа



- Особенности ведения корпоративной информационной политики в сложных внешних условиях – 2 часа 12 часов самостоятельной работы

Основные формы самостоятельной работы:

- Изучение литературы
- Подготовка докладов для выступлений на семинарах
- Подготовка к написанию эссе
- Консультации с экспертами (интервью)

Ключевая литература по курсу:

- Най Дж., Будущее власти.
- Ву Т., Главный рубильник. Расцвет и гибель информационных империй от радио до интернета.
- Гражданские коммуникации и гражданское общество. Научный редактор и составитель И.М.Дзялошинский,
- Лилликер Д.Дж., Политическая коммуникация. Ключевые концепты.
- Перегудов С., Семенов И., Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии.

4. Раздел 4 Особенности развития современных интегрированных коммуникаций

2 часа лекционных занятий и 12 часов семинарских Лекционное занятие:

Социальное и технологическое развитие как фактор эволюции коммуникационной среды – 2 часа Семинарские занятия:

- Глобализация как фактор современных интегрированных коммуникаций – 4 часа
- Социальные и маркетинговые интегрированные коммуникации – 2 часа
- Он-лайн коммуникаций как основа современных интегрированных коммуникаций – 2 часа
- Фактор времени в современных интегрированных коммуникациях – 2 часа
- Механизмы обратной связи и их особенности в интегрированных коммуникациях – 2 часа 18 часов самостоятельной работы

Основные формы самостоятельной работы:

- Изучение литературы.
- Подготовка индивидуальных выступлений на семинарах
- Консультации с экспертами
- Выполнение практических заданий

Ключевая литература по разделу

- Шилина М., Текстогенные трансформации инфосферы. Методологический эскиз становления Интернета.
- Эйдман И. Прорыв в будущее. Социология интернет-революции.
- Кристакис Н., Фаулер Дж., Связанные одной сетью. Как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели.
- Кронгауз М., Русский язык на грани нервного срыва. 3D.
- Маклюэн М., Фиоре К., Война и мир в глобальной деревне.
- Маликова Н.Г. , Социальное измерение глобализации.

5. Раздел 5 Перспективы развития интегрированных коммуникаций

2 часа лекционных занятий и 8 часов семинарских занятий



Лекционное занятие «Управление информационным потоком в современных коммуникациях» – 2 часа Семинарские занятия:

- Кризис глобализации и перспективы интегрированных коммуникаций. – 2 часа
- Фактор эволюции технологических платформ и современные коммуникации. – 2 часа
- Будущее контента в современных коммуникациях. – 2 часа.
- Особенности транснациональных коммуникаций. – 2 часа

22 часа самостоятельной работы

Формы самостоятельной работы:

- Изучение ключевой литературы
 - Подготовка индивидуальных докладов на семинарах.
 - Подготовка коллективных проектов для презентации на семинарах
- Ключевая литература по курсу:
- Бжезинский Зб. Между веков. Америка в технотронную эру.
 - Дзялошинский И.М., Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты.
 - Флорида Р., Большая перезагрузка. Как кризис изменит наш образ жизни и рынок труда.
 - Шилина М., Интернет коммуникации в связях с общественностью. Прагматический аспект.
 - Юнь О.М., Восхождение к информационному обществу.

6. Раздел 6. Подведение итогов курса

2 часа лекционных занятий и 4 часа семинарских занятий Семинарские занятия:

- Региональные и страновые особенности интегрированных коммуникаций. - 2 часа
- Социальная структура общества и интегрированные коммуникации в современном мире. – 2 часа
- Обзорная обобщающая лекция – 2 часа

8 часов самостоятельной работы Основные

формы самостоятельной работы

- Изучение литературы по вопросам развития глобализации
- Подготовка групповых докладов к семинарам
- Подготовка индивидуальных докладов к семинарам.
- Написание эссе (опционально, по желанию).

Ключевая литература по курсу:

- С.Хантингтон, Столкновение цивилизаций
- С.Хантингтон, Кто мы
- Ф.Фукуяма, Великий разрыв

9 Образовательные технологии

В ходе курса используются следующие образовательные технологии:

- Лекционные занятия. Интерактивное изучение различных коммуникативных кейсов.
- Семинарские занятия. Подготовка аналитических разработок и прогностических проектов.
- Коллоквиумы.
- Домашние задания с разбором на семинаре
- Мастер-классы специалистов в области различных видов коммуникаций.



- Выступления представителей российских государственных органов и неправительственных организаций.
- Выступления зарубежных экспертов.

10 Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

Примерный перечень вопросов к экзамену по всему курсу для самопроверки студентов.

- Коммуникационное пространство: структура, особенности функционирования
- Особенности информационного поведения различных типов общественных организаций.
- Интегрированные коммуникации. Понятие, сущность, особенности
- Ключевые особенности современных корпоративных коммуникаций
- Контент как основа коммуникаций. Структура, функции, особенности.
- Интернет коммуникации как ключевой феномен современного коммуникационного пространства.
- «Коммуникация» (сообщение) как основное понятие в коммуникационной деятельности. Функции сообщения
- Носитель информации и источник информации: общее и различия. Типы носителей информации.
- Особенности и ограничения в сфере персональных коммуникаций
- Механизмы регулирования коммуникационной деятельности
- Коммуникации как функция общества
- Понятие «канал коммуникаций». Основные каналы коммуникаций.
- Коммуникации от имени государства как вид коммуникационной деятельности
- Методики управления информационным потоком
- Корпоративные коммуникации как вид коммуникационной деятельности. Роль и место в информационном поле.
- Фактор времени в коммуникациях. Значение, особенности, функции.
- Медийные и немедийные коммуникации.
- Социальные коммуникации как особый вид коммуникационной деятельности.
- Коммуникации от имени общественных организаций и структур
- Дискретный («квантовый») и волновой характер коммуникаций (обобщение)
- Глобальные (наднациональные и транснационные) коммуникации.
- Феномен глобальной деревни и его развитие на современном этапе
- Типы участников коммуникаций и их информационные роли.
- Контекст как условие существования контента. Актуальность сообщения как функция контекста
- Слухи и сплетни как вид коммуникаций
- Персональные коммуникации как вид коммуникационной деятельности.
- Особенности информационной политики транснациональных корпоративных структур.
- Визуализация как элемент интегрированных коммуникаций (обзор).
- СМИ как каналы передачи информации
- Факт и оценка: общее и различия и роль в коммуникационном процессе.

11 Порядок формирования оценок по дисциплине



В диплом выставляется результирующая оценка по учебной дисциплине.

Результирующая оценка рассчитывается следующим образом:

$$O_{\text{результирующая}} = k_1 \cdot O_{\text{экзамен}} + k_2 \cdot O_{\text{накопительная}}$$

где $O_{\text{экзамен}}$ – оценка за работу непосредственно на экзамене:

Накопленная оценка по дисциплине рассчитывается по формуле:

$$O_{\text{накопительная}} = k_3 \cdot O_{\text{работа на семинаре}} + k_4 \cdot O_{\text{эссе}} + k_5 \cdot O_{\text{выступления на семинаре (доклады, презентации)}}$$

$$k_1 = 0,5$$

$$k_2 = 0,5$$

$$k_3 = 0,2$$

$$k_4 = 0,4$$

$$k_5 = 0,4$$

12 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1 Базовый учебник

Базовый учебник отсутствует. В качестве вспомогательной литературы по курсу используются следующие учебники\:

1. Борисинев С.В. социология коммуникаций: Учеб. пособие для вузов/ С.В.Борисинев. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2003.
2. Основы теории коммуникаций. Под ред. Проф. М.А. Василика. М.: Гардарики, 2006.
3. Почепцов Г.Г. Имиджелогия, 2-е изд. - М.: Рефл-бук; 2001.
4. Почепцов Г.Г.. Теория коммуникации - М.: "Рефл-бук", 2001. .
5. Шарков Ф.И., Интегрированные коммуникации. Реклама, Паблик рилейшз, брендинг. Учебное пособие. -Москва, Издательская-торговая кор-порация «Дашков и К», 2012,
6. Шарков Ф.И., Бузин В.И., Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование. Учебник. М., Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012
7. Шарков Ф.И., Коммуникология. Энциклопедический словарь-справочник. Издание 3е. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013
8. Яковлев И.П. Основы теории коммуникаций. СПб., 2001

12.2 Основная литература

Литература для курса «Интегрированные коммуникации».

1. Адамьянц, Т., Социальные коммуникации. Пособие для ВУЗов. – М.: Дрофа, 2009
2. Аренд Х., Ответственность и суждение. М.: Изд.Института Гайдара, 2013, с 35
3. Афанасьев В.Г., Социальная информация и управление обществом, изд. 2е, - М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013



4. Березкина О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ. М.: «Издательский центр академия», 2009
5. Ван Дейк, Тен. А., Дискурс и власть. Репрезентация в языке и коммуникации. Пер. с англ., - М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013
6. Вариативность в языке и коммуникации. Сборник статей по общей редакцией Л.Л.Федоровой, М.: Издательский центр РГГУ, 2012
7. Ву Т., Главный рубильник. Расцвет и гибель информационных империй от радио до интернета. Перс. С англ., М.: Издательство Манн, Иванов, Фарбер, Эксмо, 2013,
8. Гражданские коммуникации и гражданское общество. Научный редактор и составитель И.М.Дзялошинский, М.: Государственный университет – Высшая школа экономики, 2009
9. Гринберг Т.Э., Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергический эффект. - М.: Издательство Московского Университета, 2012
10. Гришаева Л.И. , Цурикова Л.В. Введение в теорию межкультурной коммуникации. 5-е изд., испр, Москва: Academia, 2008
11. Дзялошинский И.М., Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты. - М.: НИУ ВШЭ, 2012,
12. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Под ред. Синяевой И.М., Москва, ЮНИТИ, 2012.
13. Кириллова Н., Медиалогия, как синтез наук. – М.: Академический проект, 2013,
14. Коммуникативная рациональность и социальные коммуникации; под ред. И.Т.Касавина, В.Н.Портуса, - М.: «Альфа-М», 2012, с.18.
15. Кондаков Н., Соколов К., Хренов Н., Цивилизационная идентичность в переходную эпоху. Культурологический, социологический и искусствоведческий аспекты. М.: «Прогресс-Традиция, 2011
16. Костина А.В, Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013
17. Латынов В., Психология коммуникативного воздействия. – М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2013
18. Лилликер Д.Дж., Политическая коммуникация. Ключевые концепты. Харьков: Издательство «Гуманитарный Центр», 2010
19. Маклюэн Г.М., Понимание медиа. Внешние расширения человека. Перс с англ., 3е издание, - М.: Кучково поле, 2011,
20. Маклюэн М., Фиоре К., Война и мир в глобальной деревне. - М.: АСТ «Астрель», 2012, с19.
21. Маликова Н.Г. , Социальное измерение глобализации.- М: Российский гуманитарный университет, 2012
22. Матисен Д., Медиа-дискурс. Анализ медиа-текстов. Пер. с англ – Харьков: Издательство «Гуманитарный центр», 2013
23. Мусихин Г.И. Очерки теории идеологий. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». М.: Издательский дом «Высшая школа экономики», 2013
24. Най Дж., Будущее власти. Пер. с англ., М.: АСТ, 2014
25. Перегудов С., Семенов И., Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии. - М.: Прогресс-Традиция, 2008
26. Политическая идентичность и политика идентичности, в 2х томах; том 2: Идентичность и социально-политические изменения в XXI веке, отв. Ред. И.С.Семенов, 2012



27. Садохин А.П., Межкультурная коммуникация: учебное пособие. М: Альфа-М: ИНФРА-М, 2013
28. Сальникова Е.В., Феномен визуального. От древних истоков к началу XXI века. - М.: Прогресс-Традиция, 2012
29. Смолл Г., Ворган Г., Мозг он-лайн. Человек в эпоху Интернета. Пер. с англ., М.: КолЛибри, Азбука-Атикус, 2011
30. Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества. РАН. Институт научной информации по общественным наукам. Институт системного анализа. Сборник научных трудов. Отв. Ред. Верченнов Л.Н., Ефременко Д.В., Тищенко В.И., М.: 2013
31. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ: 2010
32. Флорида Р., Большая перезагрузка. Как кризис изменит наш образ жизни и рынок труда. М.: Классика XXI, 2012
33. Хабермас Ю., Вовлечение другого. Очерки политической теории. Изд.2е, Пер. с нем., СПб: «Наука», 2008,
34. Шилина М., Интернет коммуникации в связях с общественностью. Прагматический аспект. - М.: «РИЦ Северо-Восток
35. Шилина М., Текстогенные трансформации инфосферы. Методологический эскиз становления Интернета. – М.РИЦ «Северо-Восток», НИУ ВШЭ, 2012,
36. Эйдман И. Прорыв в будущее. Социология интернет-революции. - М.:ОГИ, 2007

12.3 Дополнительная литература

1. Кристакис Н., Фаулер Дж., Связанные одной сетью. Как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели». Пер. с англ. – М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2011
2. Кронгауз М., Русский язык на грани нервного срыва. 3D. М.: Астрель:
3. Луман Н., Общество общества. В 2х томах. Пер. с нем. - М.: Издательство «Логос», 2011,
4. Техника эффективной работы с информацией: Метод. указания : [В 2 -х вып.] / М-во высш. и сред. спец. образования РСФСР, Новосиб. гос. ун-т им. Ленин. Комсомола, Лаб. технологии и орг. обучения; [Сост. А. П. Ситников]. — Новосибирск: НГУ, 1988..
5. Прохоров Е.П. «Журналистика и демократия.» - М., 2001
6. Урри Дж., Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия. Перс. С англ., Национальный исследовательский университет высшая школа экономики. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2012
7. Штайншнайден Я., Социальная_сеть. Феномен Facebook». Пер.Н.Фрейман, - СПб: «Питер», 2011
8. Юнь О.М., Восхождение к информационному обществу. – М.: Экономика, 2012

12.4 Дистанционная поддержка дисциплины

Курс не предусматривает возможности дистанционной поддержки.

13 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Стационарный компьютер или ноутбук, проектор