

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Филологический факультет
Кафедра журналистики



П.А. Машаров

2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ»

Укрупненная группа направлений подготовки	42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело
Программа высшего образования	Программа магистратуры
Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Магистерская программа	Реклама и связи с общественностью
Квалификация	Магистр
Форма обучения	очная; заочная

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2024

Рабочая программа дисциплины «Медиакоммуникации в современном мире» для обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (Магистерская программа: Реклама и связи с общественностью), составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года №528 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчик:

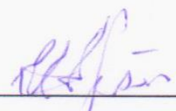
Зав. кафедрой журналистики,

докт. наук по соц. коммуникациям, доцент  И. М. Артамонова

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры журналистики

Протокол от 26 марта 2024 г. № 10

Заведующий кафедрой

 И. М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО

Декан филологического факультета

 Н. А. Ярошенко

28 марта 2024 г.

Учебно-методическая комиссия филологического факультета

Протокол от 27 марта 2024 г. № 3

Председатель

 С. В. Руденко

Руководитель основной профессиональной образовательной программы,

д-р наук по соц. коммуникациям

26 марта 2024 г.

 И.М. Артамонова

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: Теория журналистики, Введение в специальность, Теория массовых коммуникаций.

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Технологии рекламы и связей с общественностью, Планирование и реализация рекламных кампаний.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.Б.2 Медиакоммуникации в современном мире
Часть образовательной программы	Базовая часть
Количество зачетных единиц / всего часов	4 / 144

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	2	3	26	–	26	92	144	экзамен
Заочная	1	–	6	–	4	134	144	экзамен

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Медиакоммуникации в современном мире» – приобретение знаний о теории и модели МК, специфике социальной точки зрения на МК.

Задачи курса:

- формирование теоретических и практических навыков анализа МК как социальной системы, выполняющей широкий спектр социальных функций;
- изучение эвристических возможностей концептуальных построений медиа, в основе которых лежат системно-структурные представления.

4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс	ОПК-1. И-1. Планирует, организует и координирует процесс создания востребованных обществом	ОПК-1. И-1. З-1. Знает приемы планирования создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или)

создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	коммуникационных продуктов с учетом повестки дня.
		ОПК-1. И-1. В-1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов для разных медиасегментов и платформ.
		ОПК-1. И-1. О-1. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Раздел 1. Цивилизации и коммуникации	
Тема.1 Методология стратегических коммуникаций.	Основы медийного функционирования. Информационное воздействие на социосистемы. Информационная и коммуникативная составляющая трансформации социосистем.
Тема 2. Стратегические коммуникации.	Особенности реализации коммуникативно-цивилизационных переходов. Коммуникативные механизмы современного общества. Информационно- коммуникативные технологии в развитии цивилизации. Социокоммуникации и социосистемы.
Тема 3. Информационные операции влияния как новый тип коммуникативного инструментария	Информационная повестка дня как метод управления информационным пространством. Спин-докторинг как метод коррекции информационного пространства. Спин-докторинг как метод управления информационным пространством. Стратегии и тактики спин-докторинга. Инструментарий спин-докторинга. Стратегические коммуникации: основные отличия. Инструментарий мягкой силы. Информационные операции влияния как новый тип коммуникативного инструментария. Коммуникативный инструментарий. Понятие фрейма. Фреймы и фрейминг в информационной практике.

	<p>Виды и типы фреймов. Фрейминг как манипулятивный прием.</p> <p>Нарративный контроль. Функции и виды нарративов. Задачи нарративного контроля. Стратегические принципы нарративного контроля. Шкала пространства нарратива. Нарративный и медиа-контроль: сходство и различия.</p> <p>Слухи как особый вид коммуникации.</p>
Тема 4. Коммуникативные механизмы современного общества.	<p>Технологии производства смыслов, доставки смыслов. Технологии восприятия смыслов.</p> <p>Медиа как фиксатор смыслопотоков.</p> <p>Операции влияния. Области несовпадения интересов. Манипулятивный потенциал телевизионных политических ток-шоу.</p>
Тема 5. Медиа как инструментарий социинжиниринга.	<p>Управление массовым сознанием как цель социинжиниринга.</p> <p>Социотехники конструирования разных видов общества: большие проекты в истории человечества. Демократическое государство: коммуникативные основы.</p> <p>Тоталитарное государство: коммуникативные основы.</p>
Тема 6. Новые типы проектов по трансформации действительности.	<p>Информационная война: теория, определения и базовые понятия.</p> <p>Цветные революции: коммуникативные механизмы: Методология ненасильственного сопротивления Дж. Шарпа. Цветные революции и мыльные оперы как коммуникативные аналоги.</p> <p>Современный терроризм и его коммуникативный инструментарий. От цветных революций до современного терроризма: сопоставление коммуникативных механизмов.</p> <p>Информационная политика и безопасность современных государств. Американские и российские представления об информационной политике и безопасности. Дж. Арквилла и его представления об информационной безопасности.</p>
Раздел 2. Коммуникативно-информационные технологии: вчера, сегодня, завтра	
Тема 7. Медиафеномены современной цивилизации.	<p>Информационные войны в мирной жизни.</p> <p>Коммуникативные операции вчера и сегодня.</p> <p>Управление массовой активностью населения в социосистемах.</p>
Тема 8. Новый статус информационного пространства в современных условиях.	<p>Медиа как способ управления вниманием аудитории.</p> <p>Медиаконструирование: базисная модель.</p> <p>Виртуальные войны в борьбе за виртуальный мир.</p>
Тема 9. Основы коммуникативного воздействия. Взаимоотношения физического,	<p>Инструментарий коммуникативных интервенций</p> <p>Фейки и конспирология.</p> <p>Коронавирус как инструментарий управления массовым сознанием: конкуренция политических систем, национальная идентичность. Коронавирус, конспирология и пропаганда.</p>

информационного и виртуального пространств.	Коронавирус вскрывает конфликты: медиа и фейки, политика и враги. Коронавирус как досрочный приход будущего. Конспирология, смеховая политическая культура, телесериалы, художественные фильмы, конфликтуализация событий. Медиабренды как принудительная социализация и форма социального контроля: «символические» действия навязывания моделей для масс-медиа.
Тема 10. Модели массовых коммуникаций.	Семиотическая модель массовых коммуникаций. Теория третьей волны Э. Тоффлера. Э. Кастельс. Теория инновации Э. Роджерса.
Тема 11. Теории функционирования медиа	Медиапредставления канадской школы коммуникации: Г. Иннис, М. Маклюэн, Э. Хэвлок. Медиа в моделях массовой культуры: С. Эйзенштейн, У. Эко, Дж. Фиск, Ж.Ж. Бодриар. Коммуникология в теориях К. Леви-Строса, Р. Дебре, Д. Бурстина, П. Бойера.
Тема 12. Прикладное использование массовых коммуникаций.	Новые профессии в МК. Информационные операции. Социальный маркетинг. Политический маркетинг. Медиабрендинг.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 2, семестр – 3

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Цивилизации и коммуникации	13		13	46	72
Тема.1 Методология стратегических коммуникаций.	2		2	7	11
Тема 2. Стратегические коммуникации.	2		2	7	11
Тема 3. Информационные операции влияния как новый тип коммуникативного инструментария	2		2	8	12
Тема 4. Коммуникативные механизмы современного общества.	2		2	8	12
Тема 5. Медиа как инструмент социоинжиниринга.	2		3	8	13
Тема 6. Новые типы проектов по трансформации действительности.	3		2	8	13
Раздел 2. Коммуникативно-информационные технологии: вчера, сегодня, завтра	13		13	46	72
Тема 7. Медиафеномены современной цивилизации.	2		2	7	11

Тема 8. Новый статус информационного пространства в современных условиях.	2		2	7	11
Тема 9. Основы коммуникативного воздействия. Взаимоотношения физического, информационного и виртуального пространств.	2		2	8	12
Тема 10. Модели массовых коммуникаций.	2		2	8	12
Тема 11. Теории функционирования медиа	2		3	8	13
Тема 12. Прикладное использование массовых коммуникаций.	3		2	8	13
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	26	-	26	92	144

6.2. Форма обучения – заочная, курс – 1, семестр – 1

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Цивилизации и коммуникации	3		2	67	72
Тема.1 Методология стратегических коммуникаций.	0,5		0,5	11	12
Тема 2. Стратегические коммуникации.	0,5		0,25	11	11,75
Тема 3. Информационные операции влияния как новый тип коммуникативного инструментария	0,5		0,25	11	11,75
Тема 4. Коммуникативные механизмы современного общества.	0,5		0,25	11	11,75
Тема 5. Медиа как инструмент социоинжиниринга.	0,5		0,25	12	12,75
Тема 6. Новые типы проектов по трансформации действительности.	0,5		0,5	11	12
Раздел 2. Коммуникативно-информационные технологии: вчера, сегодня, завтра	3		2	67	72
Тема 7. Медиафеномены современной цивилизации.	0,5		0,5	11	12
Тема 8. Новый статус информационного пространства в современных условиях.	0,5		0,25	11	11,75
Тема 9. Основы коммуникативного воздействия. Взаимоотношения физического, информационного и виртуального пространств.	0,5		0,25	11	11,75
Тема 10. Модели массовых коммуникаций.	0,5		0,25	11	11,75
Тема 11. Теории функционирования медиа	0,5		0,25	12	12,75
Тема 12. Прикладное использование массовых коммуникаций.	0,5		0,5	11	12
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	6	-	4	134	144

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Раздел 1. Цивилизации и коммуникации

1. Основы медийного функционирования.
2. Информационное воздействие на социосистемы.
3. Информационная и коммуникативная составляющая трансформации социосистем.
4. Особенности реализации коммуникативно-цивилизационных переходов.
5. Коммуникативные механизмы современного общества.
6. Информационно- коммуникативные технологии в развитии цивилизации. Социокоммуникации и социосистемы.
7. Информационная повестка дня как метод управления информационным пространством.
8. Спин-докторинг как метод коррекции информационного пространства.
9. Спин-докторинг как метод управления информационным пространством. Стратегии и тактики спин-докторинга.
10. Инструментарий спин-докторинга.
11. Стратегические коммуникации: основные отличия.
12. Инструментарий мягкой силы.
13. Информационные операции влияния как новый тип коммуникативного инструментария.
14. Коммуникативный инструментарий.
15. Понятие фрейма. Фреймы и фрейминг в информационной практике.
16. Виды и типы фреймов.
17. Фрейминг как манипулятивный прием.
18. Нарративный контроль.
 - а. Функции и виды нарративов.
 - б. Задачи нарративного контроля.
 - с. Стратегические принципы нарративного контроля.
19. Шкала пространства нарратива.
20. Нарративный и медиа-контроль: сходство и различия.
21. Слухи как особый вид коммуникации.
22. Технологии производства смыслов, доставки смыслов.
23. Технологии восприятия смыслов.
24. Медиа как фиксатор смыслопотоков.
25. Операции влияния.
26. Области несовпадения интересов.
27. Манипулятивный потенциал телевизионных политических ток-шоу.
28. Управление массовым сознанием как цель социотехники.
29. Социотехники конструирования разных видов общества: большие проекты в истории человечества.
30. Демократическое государство: коммуникативные основы.
31. Тоталитарное государство: коммуникативные основы.
32. Информационная война: теория, определения и базовые понятия.
33. Цветные революции: коммуникативные механизмы.
34. Методология ненасильственного сопротивления Дж. Шарпа.

35. Цветные революции и мыльные оперы как коммуникативные аналоги.
36. Современный терроризм и его коммуникативный инструментарий.
37. От цветных революций до современного терроризма: сопоставление коммуникативных механизмов.
38. Информационная политика и безопасность современных государств.
39. Американские и российские представления об информационной политике и безопасности.
40. Дж. Арквилла и его представления об информационной безопасности.

Раздел 2. Коммуникативно-информационные технологии: вчера, сегодня, завтра

41. Информационные войны в мирной жизни.
42. Коммуникативные операции вчера и сегодня.
43. Управление массовой активностью населения в социосистемах.
44. Медиа как способ управления вниманием аудитории.
45. Медиаконструирование: базисная модель.
46. Виртуальные войны в борьбе за виртуальный мир.
47. Инструментарий коммуникативных интервенций
48. Фейки и конспирология.
49. Коронавирус как инструментарий управления массовым сознанием: конкуренция политических систем, национальная идентичность.
50. Коронавирус, конспирология и пропаганда.
51. Коронавирус вскрывает конфликты: медиа и фейки, политика и враги.
52. Коронавирус как досрочный приход будущего.
53. Конспирология, смеховая политическая культура, телесериалы, художественные фильмы, конфликтуализация событий.
54. Медиабренды как принудительная социализация и форма социального контроля: «символические» действия навязывания моделей для масс-медиа.
55. Семиотическая модель массовых коммуникаций.
56. Теория третьей волны Э. Тоффлера. Э. Кастельс.
57. Теория инновации Э. Роджерса.
58. Медиапредставления канадской школы коммуникации: Г. Иннис, М. Маклюэн, Э. Хэвлок.
59. Медиа в моделях массовой культуры: С. Эйзенштейн, У. Эко, Дж. Фиск, Ж.Ж. Бодрийар.
60. Коммуникология в теориях К. Леви-Строса, Р. Дебре, Д. Бурстина, П. Бойера.
61. Новые профессии в МК.
62. Информационные операции.
63. Социальный маркетинг.
64. Политический маркетинг.
65. Медиабрендинг.

7.2. Образец содержания экзаменационного билета

Донецкий государственный университет
Филологический факультет
Кафедра журналистики

Программа высшего образования	Программа магистратуры
Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки	Реклама и связи с общественностью
Форма обучения	Очная

Семестр
Дисциплина

Третий
Медиакоммуникации
современном мире

в

Экзаменационный билет № 1

1. Новые профессии в МК.
2. Фрейминг как манипулятивный прием.

Утверждено на заседании кафедры журналистики, протокол № 12 от 18.04.2024 г.

Заведующий кафедрой

И.М. Артамонова

Экзаменатор

И.М. Артамонова

В случае ведения учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, содержание билета может отличаться от приведенного.

7.3 Темы письменных работ (типы задач)

Контрольная работа по проверке теоретических знаний – по всем темам, с использованием указанных выше контрольных вопросов.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

8.1. Семестр 3, форма обучения очная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	30
	Самостоятельная работа	10
	Контрольная работа по теоретическому материалу	20
ИТОГО		60
Экзамен		40
Общий итог за семестр		100

8.2. Семестр 1, форма обучения заочная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	10
	Самостоятельная работа	30
	Контрольная работа по теоретическому материалу	20
ИТОГО		60

Экзамен	40
Общий итог за семестр	100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;

- в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, материально-техническая база учебной лаборатории кафедры информационных систем управления (ауд. 206а).

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

1. Артамонова, И.М. Современные медиасистемы зарубежных СМИ: учебно-методическое пособие / И.М. Артамонова. - Донецк: ДонНУ, 2020. – 145 с. – Текст: электронный
2. Артамонова, И.М. Современные медиасистемы зарубежных СМИ: учебное пособие / И.М. Артамонова. - Донецк: ДонНУ, 2020. – 191 с. – Текст: электронный

11.2. Дополнительная литература

3. Кара-Мурза, С. Манипуляция сознанием [Текст]. – М.: Эксмо:Алгоритм, 2009. – 528 с. – Текст: непосредственный.
4. Коханова, Л. А. Основы теории журналистики : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. „Журналистика” / Л. А. Коханова, А. А. Калмыкова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 536 с. – Текст: непосредственный.
5. Назарчук, А.В Теория коммуникации в современной философии. – М.:Прогресс-традиция, 2009. – 320с. – Текст: непосредственный.

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.

2. **eLIBRARY.RU**: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»**: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
4. Электронно-библиотечная система **«Лань»**: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
5. **ЭБС Юрайт**: электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ**: сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.
8. **Электронный архив ДонГУ**: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).