АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ; ОУП ВО "АТИСО"
Подписано цифровой подписью: АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ; ОУП ВО "АТИСО"
Дата: 2022.10.05 12:37:35 +05'00'

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора Ур СЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТиСО» по УВР
_____ О.В. Зубкова

« 21» июня 2022 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 № 9 от «07» июня 2022 г.

Заведующий кафедрой ГЕМД
_____Е.П. Маскайкин

«07» июня 2022 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) УК	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижений 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 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 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 общественность;

– специфику использования интернет-технологий в социологическим 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 42.03.01Реклама 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
Общая трудоемкость дисциплины (зачетных единиц/часов)	2/72		
Контактная работа – аудиторные занятия:	38		
Лекции	18		
Семинары, практические занятия	18		
КтЗа, КтЭк, КонсЭ	2		
Самостоятельная работа обучающегося (всего с промежуточной аттестацией)	34		
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	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 мнения

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 онлайновых исследований. Участие в онлайновом опросе. Сравнительный анализ организационно-метрологических характеристик традиционных и онлайновых методов опроса.

5.2 Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий

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

Форма обучения **Очная** Вид контроля **Зачет**

№ п/п	Наименование темы	Очная форма обучения					Компетенции	Литература
		всего	Аудиторные занятия		КтЗа	Самостоятельная 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 онлайновых 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 c. — 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.	http://soc.lib.ru/su	Библиотека социологических текстов
2.	http://soc.lib.ru/links.htm	Каталог ссылок на интернет-ресурсы по социологии
3.	http://socyus.ru/sitemap.html	Сайт по социологии управления
4.	http://isras.ru/csuisp.html	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		21.06.2022
2	Кафедра МиУП	Е.В. Маскайкина		21.06.2022
3	Кафедры ГЕМД	Е.П. Маскайкин		21.06.2022
4	Учеб.-метод. отдел	М.О. Дерябичева		21.06.2022
5	Библиотека	Г.В. Шпакова		21.06.2022