

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Задорожная Людмила Ивановна

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 12.09.2023 20:39:51

Университет: Майкопский

faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и управления

Университет: Майкопский

Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Л.И. Задорожная

« ____ » _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

по направлению подготовки

по профилю подготовки (специализации)

квалификация (степень) выпускника

форма обучения

год начала подготовки

Б1.В.ДВ.07.02 Социология массовых коммуникаций

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

бакалавр

Очная, Заочная,

2023

Майкоп



Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Составитель рабочей программы:

старший научный сотрудник,
доц., канд. социол. наук
(должность, ученое звание, степень)

Подписано простой ЭП
25.08.2023
(подпись)

Панина Елена Александровна
(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:

Маркетинга, сервиса и туризма
(название кафедры)

Заведующий кафедрой:
25.08.2023

Подписано простой ЭП
25.08.2023
(подпись)

Кумпилова Анжелика
Руслановна
(Ф.И.О.)

Согласовано:

Руководитель ОПОП
заведующий выпускающей
кафедрой
по направлению подготовки
(специальности)
25.08.2023

Подписано простой ЭП
25.08.2023
(подпись)

Кумпилова Анжелика
Руслановна
(Ф.И.О.)

Согласовано:

НБ МГТУ

(название подразделения)

29.08.2023

Подписано простой ЭП
29.08.2023
(подпись)

И. Б. Берберьян
(Ф.И.О.)



1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов знаний о системе массовых коммуникаций, об определении их роли в социальных процессах и их влиянии на различные социальные структуры, о выявлении внутренних сущностных и содержательных характеристик системы массовой коммуникации как социального института, выполняющего в обществе одну из главных ролей в процессе управления и формирования общественного мнения.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- рассмотреть теоретические и методологические основы исследования системы массовой коммуникации как социального явления и социального процесса;

- изучить особенности информационного влияния массовой коммуникации на различные социальные структуры;

- привить обучающимся понимание места массовой коммуникации в обществе, её социальной организации и структуре, эффекте и механизмах воздействия, современных технологиях её социального регулирования,

- дать основы анализа субъектно-объектных отношений, существующих в обществе, с целью выработки у студентов навыков аналитического подхода к исследованию различных целей и задач, реализуемых посредством деятельности средств массовых коммуникаций;

- познакомить с основными методами исследования системы массовой коммуникации и аудитории как объекта ее воздействия.



2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

Дисциплина "Социология массовой коммуникации" относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 и дает необходимые общесоциологические знания, создающие фундамент для осмысления СМК как социального института. Для освоения дисциплины необходимы знания о протекании коммуникативных процессов в России и за рубежом, об особенностях функционирования социальных институтов, о роли СМИ в формировании интересов массовой аудитории в эпоху глобализации.

Курс «Социология массовой коммуникации» связан практически со всеми предыдущими дисциплинами, так как востребованность бакалавра по данному профилю на рынке труда, его конкурентоспособность в значительной степени зависят от умения применять социологические подходы к исследованию массовых коммуникаций для принятия оптимального решения выхода из сложившейся ситуации. В процессе изучения дисциплины «Социология массовой коммуникации» обучающиеся используют знания, полученные при изучении таких дисциплин как «Современная пресс-служба», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Инновационные технологии в рекламе», «Стратегический маркетинг» и др. Дисциплина «Социология массовой коммуникации» является предшествующей для следующих дисциплин: "Мировые информационные ресурсы", а также профессионально-ознакомительной практики, профессионально-творческой и преддипломной практики.



3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

ПКУВ-5.2	Участствует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.
ПКУВ-5.3	Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).
УК-4.1	Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами
УК-4.2	Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.
УК-4.3	Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.
УК-4.4	Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.



4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий					Итого часов	з.е.
			Эк	Лек	Пр	КРАТ	Контроль		
Курс 4	Сем. 7	1	17	34	0.35	35.65	57	144	4

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий					Итого часов	з.е.
			Эк	Лек	Пр	КРАТ	Контроль		
Курс 4	Сем. 8	1	6	6	0.35	8.65	123	144	4



5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Недел я семе стра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)								Формы текущего/проме жуточного контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
7	Предмет и объект социологии массовой коммуникации.	1-2	2		2				3		Обсуждение докладов
	История развития социологии массовой коммуникации.	3-4	2		2				10		Блиц-опрос
	Массовая коммуникация как система деятельности.	5-6	2		4				6		Тестирование
	Субъекты массово-коммуникативной деятельности.	7-8	2		4				6		Блиц-опрос
	Массовая информация в деятельности массовой коммуникации.	9-10	1		4				6		Тестирование
	Функции системы массовой коммуникации.	11	1		4				6		Обсуждение докладов
	Формы и методы массово-коммуникативного воздействия на аудиторию.	12	2		4				4		Блиц-опрос
	Массовая коммуникация как социальный институт.	13	2		4				4		Обсуждение докладов
	Структура системы средств массовых коммуникаций.	14	1		2				4		Блиц-опрос
	Направления исследований массовой коммуникации в рамках теоретической социологии.	15	1		2				4		Блиц-опрос
	Направления и методы эмпирических исследований массовой коммуникации.	16-17	1		2		0,35		4		Блиц-опрос
	Промежуточная аттестация (экзамен)	18						35,65			экзамен
	ИТОГО:		17		34		0.35	35.65	57		

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контроль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
8	Предмет и объект социологии массовой коммуникации.	1		1				13	
	История развития социологии массовой коммуникации.	1		1				13	
	Массовая коммуникация как система деятельности..	1		1				13	
	Субъекты массово-коммуникативной деятельности.	1		1				13	
	Массовая информация в деятельности массовой коммуникации.	1		1				13	
	Функции системы массовой коммуникации.	1		1				10	
	Формы и методы массово-коммуникативного воздействия на аудиторию.							10	
	Массовая коммуникация как социальный институт.							10	
	Структура системы средств массовых коммуникаций.							10	
	Направления исследований массовой коммуникации в рамках теоретической социологии.							10	
	Направления и методы эмпирических исследований массовой коммуникации.							8	
	Промежуточная аттестация (экзамен)						0,35	8,65	
	ИТОГО:	6		6			0.35	8.65	123

5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Социология массовых коммуникаций», образовательные технологии

Лекционный курс

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Тема 1. Предмет и объект социологии массовой коммуникации.	2	1		Система категорий курса «Со-циология массовой коммуникации» и его структура. Объект и предмет исследования социологии массовой коммуникации. Структура наук о массовой коммуникации, особенности социологического подхода. Уровни социологического изучения массовой коммуникации: методологический анализ, специальная социологическая теория массовой коммуникации, эмпирические исследования. Место социологии массовой коммуникации в системе социологического знания. Роль социо-логических исследований массовой коммуникации в жизни общества (описание, объяснение, выработка рекомендаций по оптимизации функционирования изучаемого объекта, прогноз социального развития).	УК-4.1; УК-4.3; УК-4.4;	Знать: особенности массово-коммуникативной деятельности, сферу деятельности средств массовой коммуникации (СМК), функциональную связь между процессом индустриализации и развитием массовых коммуникаций Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации	Лекция-беседа
	Тема 2. История развития социологии массовой коммуникации.	2	1		Начальный этап становления социо-логии коммуникации. Формирование понятийного аппарата. Развитие специфических	ПКУВ-5.2; ПКУВ-5.3; УК-4.1;	Знать: основные этапы становления социологии массовой коммуникации в западной социологической мысли и отечественной	, Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					социологических методов сбора информации о социальных процессах и состояниях. Формирование культуры процедуры измерения. Становление социологии массовой коммуникации как теории среднего уровня. Марксизм и теория массовой коммуникации. Развитие социологии массовой коммуникации в советский период. Формирование лабораторий и подразделений по изучению социологических проблем печати, радио и телевидения и их аудитории. Формирование независимых исследовательских структур по изучению СМИ и общественного мнения. Зарубежные исследования массовой коммуникации		социологии, понятийный аппарат, основные социологические теории СМК, характерные для каждого этапа становления социологии массовой коммуникации. Владеть: навыками сбора и анализа информации, технологиями совместной работы в малых творческих группах.	
	Тема 3. Массовая коммуникация как система деятельности.	2	1		Понятие массово-коммуникативного воздействия как информационного на большие общности людей (аудиторию). Понятие деятельностного ряда. Различные модели коммуникации. Множественность представлений о массовой коммуникации. Понятие массовой коммуникации. Особенности продуктов деятельности СМК (доступность, периодичность,	ПКУВ-5.2; ПКУВ-5.3; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4;	Знать: понятие коммуникации, общения, информации. Понятие деятельности. Массовая коммуникация как вид регулятивной деятельности. Потребности и интересы как побудительные мотивы деятельности. Массовая коммуникация как духовно-практическая деятельность. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть:	, Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					социальная значимость информации, устойчивость процесса организации, универсальность информации, наличие постоянной аудитории, институализированность). Текст в системе массовой коммуникации. Массовая коммуникация и общение. Деятельность массовой коммуникации по созданию поля для общения. Аудитория как объект воздействия и как источник информации. Место массовой коммуникации в коммуникативном пространстве. Роль массовой коммуникации в интеграции общества, в обеспечении механизма социальной устойчивости.		навыками сбора и анализа информации	
	Тема 4. Субъекты массово-коммуникативной деятельности.	2	1		Средство как нейтральное звено в системе целеполагания. Целенаправленная деятельность в системе массовой коммуникации. Субъекты социальных интересов и их роль в деятельности массовой коммуникации. Субъекты профессиональных интересов. Понятие коммуникатора. «Безличный» коммуникатор. Качества коммуникатора, необходимые для успешного достижения цели. Объективирование противостоящих субъектов социальных интересов как одна из задач деятельности	ПКУВ-5.2; ПКУВ-5.3; УК-4.1; УК-4.4;	Знать: Понятие субъектности. Субъект, средство, объект. Субъект как лицо или группа лиц, реализующих собственную программу. Целеполагающая деятельность субъекта. Уметь: выявлять ценности, интересы, цели и результаты как критерии субъектности в деятельности массовой коммуникации. Владеть: формами и методами, необходимые для достижения указанной выше цели.	, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					массовой коммуникации, Субъектно-субъектные и субъектно-объектные отношения в процессе массово-коммуникативной деятельности.			
	Тема 5. Массовая информация в деятельности массовой коммуникации.	1	1		Социологические проблемы соци-альной информации. Уровни суще-ствования социальной информации. Специализированная и массовая ин-формация. Содержание массовой информации как исходный материал для формирования массового созна-ния. Массовая информация как сред-ство деятельности СМК. Массовая информация как ин-формация, пред-назначенная для уровня массового сознания, ее отличие от информации, предназначенной для уровня специа-лизированного сознания. Процесс перевода информации с уровня спе-циализированного на уровень массо-вого сознания как коммуникативный фактор. Кодирование и декодирова-ние.	ПКУВ-5.2; ПКУВ-5.3; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4;	Знать: сущность массовой информации как информации, циркулирующей на уровне массового сознания, непосредственно вплетенной в практическую деятельность как ее момент. Особенности публицистики как типа творческой реализации в процессе массово-коммуникативной деятельности (в отличие от научного и художественного типов). Уметь: применять количественные и качественные критерии в определении массовой информации. Владеть: навыками сбора и анализа информации	, Лекция-беседа
	Тема 6. Функции системы массовой коммуникации.	1	1		Понятие функции. Функция как выражение сущности исследуемого объекта. Понятие системы. Субстанциальные и функциональные системы. Функция как роль подсистемы в системе. Массовая коммуникация как функциональная система.	ПКУВ-5.2; ПКУВ-5.3; УК-4.2;	Знать: этапы развития пред-ставлений о функциях массо-вых коммуникаций. Уметь: применять структур-но-функциональный подход в анализе деятельности массо-вой коммуникации; Владеть: навыками выявле-ния специфических функций средств массовых	, Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					Функция массовой коммуникации, функция журналистики, функция СМК. Множественность представлений о функциях массовой коммуникации как методологическая проблема. Функции и функционирование массовой коммуникации, их различие как путь к повышению эвристических возможностей теории функций системы массовой коммуникации. Социальная интеграция как условие и как результат функционирования массовой коммуникации.		коммуникаций, заданных субъектами деятельности с целью наиболее полной реализации собственных интересов.	
	Тема 7. Формы и методы массово-коммуникативного воздействия на аудиторию.	2			Манипуляция в деятельности массовой коммуникации. Срочность, сенсационность, дробление информации как способы организации информационного воздействия на массовую аудиторию. Агитация, пропаганда и контрпропаганда как методы деятельности массовой коммуникации. PR и реклама, их место и роль в процессе деятельности массовой коммуникации. Социально-психологическое моделирование с учетом качеств аудитории: социально-демографических, психологических, социально-гражданских, профессионально-творческих,	ПКУВ-5.2; УК-4.1; УК-4.3;	Знать: Психологические методы воздействия массовой коммуникации на аудиторию. Формирование в массовом сознании установок, стереотипов и имиджей посредством массово-коммуникативного воздействия Уметь: диагностировать методы и приемы манипуляции в деятельности массовой коммуникации; Владеть: навыками прагматического моделирования как составной части массово-коммуникационной деятельности.	Проблемная лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					конфессиональных, этнических. Аудиторные показатели эффективности деятельности массовой коммуникации: внутренние (мировоззренческие) и внешние (конативные). Факторы, способствующие эффективному воздействию массовой коммуникации на аудиторию (социально-психологические, информационные, коммуникативные).			
	Тема 8. Массовая коммуникация как социальный институт.	2			Социальный институт как исторически сложившиеся формы организации и регулирования общественной жизни. Понятие четвертой власти. Массово-коммуникативная деятельность как форма социального контроля. Пресса и власть. Типы средств массовых коммуникаций (государственно-общественные, государственные, коммерческие). Массовая коммуникация и социальное управление: советские и постсоветские модели и методы (информационного контроля пространства и резонансных коммуникативных технологий). Правовые нормы, регулирующие деятельность массовой коммуникации (закон РФ о СМИ, Федеральный закон	ПКУВ-5.2; ПКУВ-5.3; УК-4.1; УК-4.2;	Знать: Особенности массовой: коммуникации как социального института, его задачи. Место массовой коммуникации в системе социальных институтов общества. Роль массовой коммуникации в политических процессах. Уметь: определять антисоциальные эффекты массовой коммуникации. Владеть: навыками сбора и анализа информации.	, Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					РФ «Об информации, информатизации и защите информации» и др.). Этические нормы в массово-коммуникативной деятельности.			
	Тема 9. Структура системы средств массовых коммуникаций.	1			<p>Печать в системе СМК, основные характеристики и способы воздействия на аудиторию. Радио, его особенности как средства массовой коммуникации. Телевидение в системе СМК, отличительные характеристики, способы, формы и методы деятельности.</p> <p>Информационные агентства и службы связи с общественностью. Рекламные агентства. Социологические службы как структура, участвующая в обеспечении обратной связи с аудиторией.</p> <p>Анализ жанров.</p> <p>Информационные жанры: сообщение, отчет, выступление, интервью, репортаж, радиоотчет, обзор печати.</p> <p>Аналитические жанры: корреспонденция, комментарий, обозрение, беседа, дискуссия, пресс-конференция, ток-шоу.</p> <p>Жанры художественной публицистики: очерк, зарисовка, эссе.</p> <p>Сатирические жанры: фельетон, памфлет.</p> <p>Документальные жанры. Взаимопроникновение жанров. Жанры как составные части более сложных структурных конструкций. Интернет</p>	ПКУВ-5.2; ПКУВ-5.3; УК-4.2;	Знать: Основные этапы развития средств массовых коммуникаций, их основные характеристики и способы воздействия на аудиторию Уметь: определять информационные жанры, аналитические, жанры художественной публицистики и документальные жанры.	, Лекции-визуализации

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					как специфическая структура в системе массовых коммуникаций.			
	Тема 10. Направления исследований массовой коммуникации в рамках теоретической социологии.	1			Исследование массовой коммуникации на уровне специальной социологической теории. Теоретические исследования содержания и форм массовой коммуникации как социального процесса. Исследование массовой коммуникации со стороны явления (производство, распространение и потребление информации). Выявление субъектов деятельности системы массовой коммуникации как теоретико-социологическая проблема. Роль исследования массовой коммуникации методами теоретической социологии. Многоуровневый социологический анализ деятельности массовой коммуникации как основа для реализации прогностической роли социологии массовой коммуникации в вопросах о путях развития массовой коммуникации и общества в целом.	ПКУВ-5.2; ПКУВ-5.3; УК-4.1; УК-4.2;	Знать: Общетеоретические исследования массовой коммуникации как подсистемы в системе общества в целом. Уметь: выявлять субъектов деятельности системы массовой коммуникации как теоретико-социологическая проблема; Владеть: методами теоретической социологии для проведения анализа деятельности массовой коммуникации	, Лекции-визуализации
	Тема 11. Направления и методы эмпирических исследований массовой коммуникации.	1			Эмпирические исследования массово-коммуникативной деятельности. Социометрия и медиаметрия. Социологические исследования аудитории. Количественные методы (опросы (анкетирование,	ПКУВ-5.2; УК-4.1; ПКУВ-5.3; УК-4.2; УК-4.3;	Знать: Особенности проведения эмпирических исследований СМК; Уметь: организовать эмпирическое исследование конкретного СМК; Владеть: количественными и качественными методами	, Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					интервьюирование), дневники радиослушателей и телезрителей, блиц- опросы, аудиметры). Качественные методы (анализ писем, наблюдение, анализ документов, звонков в редакцию, встречи с представителями аудитории, фокус- группы). Социологические исследования средств массовых коммуникаций. Методы исследования текстов и теле-, радиопередач. Контент- анализ как метод изучения содержания текстовых массивов. Особенности анализа радио- и телеинформации. Рейтинг и шер теле- и радиопередач. Экспертные оценки. Анализ профессиональной критики деятельности средств массовых коммуникаций. Изучение коммуникатора, его языка и стиля. Изучение личных качеств коммуникатора. «Коммерческие» исследования средств массовых коммуникаций.		ис-следования массовой комму-никации.	
	ИТОГО:	17	6					

5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
8	Предмет и объект социологии массовой коммуникации.	Массовая коммуникация и ее роль в обществе. Масса, массовое общество, массовая коммуникация. «Толпа», «масса», «аудитория». Параметры массовой коммуникации. Однонаправленность массовой коммуникации	2	2	
	История развития социологии массовой коммуникации.	Процесс формирования публичной сферы. Информационная основа социальных институтов. Массовая коммуникация как конституционно-правовая сфера.	2	2	
	Массовая коммуникация как система деятельности.	Структурный функционализм в исследованиях массовой коммуникации. Суть функционализма. Основные теории структурного функционализма. Концепция «социальное действие».	4	2	
	Субъекты массово-коммуникативной деятельности.	Признание за СМИ функции «четвертой власти». Зависимость СМИ от экономики. Понятие власти (господства) и его смысл. СМИ как посредник между властью и обществом. Российские СМИ.	4		
	Массовая информация в деятельности массовой коммуникации.	Свобода слова как нормативный принцип деятельности СМИ. Основные этапы исторического развития принципа свободы слова. Свобода слова и современные масс-медиа.	4		
	Функции системы массовой коммуникации.	Модели функционирования СМИ. Авторитарная модель, Советская система массовой коммуникации, либертарианская теория, теория социальной ответственности, модель демократического представительства, модель развития.	4		
	Формы и методы массово-коммуникативного воздействия на аудиторию.	Смена парадигмы и институализация медиаисследований. Создание особых образований, осуществляющих исследования массово-коммуникативной деятельности.	4		
	Массовая коммуникация как социальный институт.	Социологическое изучение социальных институтов. Понятие социального института. СМИ как социальный институт. Специфические черты СМИ как социального института	4		
	Структура системы средств массовых коммуникаций.	Требования к СМИ, получившие выражение в типологии их функций. Информация, корреляция, преемственность, развлечение, мобилизация.	2		
	Направления исследований массовой коммуникации в рамках теоретической социологии.	Эффекты масс-медиа. Выборочное восприятие информации и теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера.	2		
	Направления и методы эмпирических исследований массовой коммуникации.	Понятие общественного мнения. Особенности изучения общественного мнения. Процедуры и выборка.	2		
	ИТОГО:		34	6	

Симуляционные занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.6. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрены.

5.8. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
	Предмет и объект социологии массовой коммуникации.	Составление плана-конспекта	1-2	5	11	
	История развития социологии массовой коммуникации.	Составление плана-конспекта	3-4	5	11	
	Массовая коммуникация как система деятельности.	Составление плана-конспекта	5-6	5	11	
	Субъекты массово-коммуникативной деятельности.	Составление плана-конспекта	7-8	5	11	
	Массовая информация в деятельности массовой коммуникации.	Составление плана-конспекта	9-10	5	11	
	Функции системы массовой коммуникации.	Составление плана-конспекта	11-12	5	11	
	Формы и методы массово-коммуникативного воздействия на аудиторию.	Составление плана-конспекта	13	5	11	
	Массовая коммуникация как социальный институт.	Составление плана-конспекта	14	5	11	
	Структура системы средств массовых коммуникаций.	Составление плана-конспекта	15	5	11	
	Направления исследований массовой коммуникации в рамках теоретической социологии.	Составление плана-конспекта	16	5	11	
	Направления и методы эмпирических исследований массовой коммуникации.	Составление плана-конспекта	17	7	13	
	ИТОГО:			57	123	

5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

Модуль	Дата, место проведения	Название мероприятия	Форма проведения мероприятия	Ответственный	Достижения обучающихся
--------	------------------------	----------------------	------------------------------	---------------	------------------------

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Методические указания (собственные разработки)

Название	Ссылка
Учебно-методическое пособие по подготовке к семинарским и практическим занятиям и организации самостоятельной работы студентами IV курса очной и заочной формы обучения специальности 030602 Связи с общественностью по дисциплине	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2000011907&DOK=0335EE&BASE=000001

6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
Дзялошинский, И. М. Культура массовых коммуникаций : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 688 с. — ISBN 978-5-4497-1298-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. —	https://www.iprbookshop.ru/109257.html
Зарубин, В. Г. Основы социологии и политологии : учебное пособие для СПО / В. Г. Зарубин, В. А. Семенов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 220 с. — ISBN 978-5-4488-0946-0, 978-5-4497-0775-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. —	https://www.iprbookshop.ru/101737.html
Евдокимов, В. А. Массмедиа в социокультурном пространстве : учебное пособие / В.А. Евдокимов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 224 с. — (Высшее образование:). - ISBN 978-5-16-006932-6. - Текст : электронный. - дата обращения: 17.06.2022). - Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/document?pid=1069342
Социология массовой коммуникации 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов 2022 / Гриф УМО ВО	https://urait.ru/book/sociologiya-massovoy-kommunikacii-492735
Методология и методика социологического исследования : учебно-методическое пособие. Направление подготовки 39.04.01 Социология, направленность «Социология региональных процессов» / составители С. Р. Аминов, С. С. Богдан, О. В. Власова. — Сургут : Сургутский государственный педагогический университет, 2022. — 102 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. —	https://www.iprbookshop.ru/120629.html
Социология массовых коммуникаций. Теория и практика Федотова Л. Н. 2022	https://urait.ru/book/sociologiya-massovyh-kommunikaciy-teoriya-i-praktika-498761

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.



Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.



7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).			
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
1	4		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
5	5		Организация продвижения продукции
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент"



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			коммерческий"
УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.2 Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.			
1	1		Русский язык и культура речи
123	123		Иностранный язык
2	2		Адыгейский язык
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
12	12		Основы теории коммуникации
7	7		Иностранный язык профессионального общения
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			коммуникаций
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.			
1	1		Русский язык и культура речи
2	2		Адыгейский язык
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
12	12		Основы теории коммуникации
8	9		Современная пресс-служба
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.					
Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникационными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий;					
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).					
Знать: основные понятия культуры и этики речи;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные	Сформированные систематические знания	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представлению информации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.			пробелы знания		
Уметь: вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договора.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
<p>навыками коммуникации в профессиональной области; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками составления и заключения договора на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказания иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ</p>					
<p>УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>					
<p>УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами</p>					
<p>Знать: - основные законы языка, понятия культуры и этики речи; функциональные стили современного языка; стили делового общения; вербальные и невербальные средства коммуникации; - нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; вербальные и</p>	<p>Фрагментарные знания</p>	<p>Неполные знания</p>	<p>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</p>	<p>Сформированные систематические знания</p>	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
<p>невербальные средства профессионально-делового взаимодействия; принципы построения публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов.</p>					
<p>Уметь: - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; - выбирать языковые средства, уместные для конкретной коммуникативной ситуации.</p>	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<p>Владеть: - современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навыками вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной области. - навыками передачи связных аргументированных высказываний; навыками построения высказывания с учетом литературных норм и коммуникативной ситуации; навыками использования коммуникативно приемлемых стилей делового общения и представления своей точки зрения в ходе публичных выступлений.</p>	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; информационно-коммуникационные технологии;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: вести поиск необходимой деловой информации для решения стандартных коммуникативных задач; использовать знание языковых норм;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками решения стандартных коммуникативных задач; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.					
Знать: - основы составления, оформления и редактирования научных и официально-деловых текстов, особенности коммуникативных стратегий и тактик в деловой сфере профессиональной деятельности; особенности стилистики официальных и неофициальных писем; социокультурные различия в формате корреспонденции; - правила организации личной и деловой письменной коммуникации;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
речевой этикет, отражающий особенности культуры страны изучаемого языка					
Уметь: - определять природу, структуру и основные элементы деловой коммуникации, соблюдать стилистические и языковые нормы в официально-деловом письменном тексте, строить, оформлять и редактировать основные официально-деловые тексты, анализировать коммуникативные стратегии и тактики в деловой сфере профессиональной деятельности;- осуществлять обмен деловой корреспонденцией на иностранном языке с учетом языковых норм и социокультурных различий.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования современных принципов деловой коммуникации в профессиональной деятельности; стилистическими и языковыми нормами официально-делового стиля.- навыками организации письменной иноязычной речи; навыками употребления функционально дифференцированных языковых средств в соответствии с конкретными коммуникативными целями.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)					
УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в					



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
<p>академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаюсь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.</p>					
<p>Знать: этические нормы языка; понятия «речевое взаимодействие», «диалогическое общение» для сотрудничества в академической коммуникации общения; особенности ораторского искусства;</p>	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
<p>Уметь: осуществлять коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении; вести диалогическую и монологическую речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения с учетом специфики тем коммуникаций;</p>	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<p>Владеть: различными речевыми формами: описание, сообщение, разъяснение, рассуждение; этическими нормами языка; формами группового общения: беседа, интервью; богатым словарным запасом на основе проработанных текстов и прочитанных произведений.</p>	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы



Тематика докладов

1. Социология массовой коммуникации в системе социологического знания.
2. Зарубежные исследования массовой коммуникации.
3. Отечественные исследования массовой коммуникации.
4. Массовая коммуникация и ее роль в социальных процессах.
5. Массовая коммуникация как разновидность духовно-практической деятельности.
6. Журналистика как сторона массовой коммуникации.
7. Место и роль массовой коммуникации в коммуникативном пространстве.
8. Роль массовой коммуникации в интеграции общества.
9. Массовая коммуникация и социальное управление.
10. Модели и методы массовой коммуникации как формы социального управления.
11. Правовые нормы регулирования деятельности массовой коммуникации.
12. Массовая коммуникация как социальный процесс.
13. Особенности общения и коммуникации в процессе массово-коммуникативной деятельности.
14. Коммуникативный акт как составляющая массово-коммуникативной деятельности.
15. Информация и ее роль в массово-коммуникативном процессе.
16. Методы информационного воздействия на аудиторию.
17. Прагматическое моделирование в массово-коммуникативной деятельности.
18. Факторы эффективности воздействия массовой коммуникации.



19. Массовое сознание и его роль в деятельности массовой коммуникации.
20. Теоретические аспекты исследования массового сознания.
21. Массовое сознание как уровень сознания общества.
22. Общественное мнение как состояние массового сознания.
23. PR как способ воздействия и формирования общественного мнения.
24. Эффекты и эффективность в деятельности средств массовых коммуникаций.
25. Массовая информация как средство деятельности массовой коммуникации.
26. Количественные и качественные критерии в определении массовой информации.
27. Публицистика как тип творчества.
28. Массовая коммуникация как социальный институт.
29. Массовая коммуникация как форма социального контроля.
30. Понятие четвертой власти в деятельности массовой коммуникации.
31. Массовая коммуникация в политической структуре общества.
32. Этические нормы в деятельности массовой коммуникации.
33. Структура системы средств массовых коммуникаций.
34. Особенности субъектов массово-коммуникативной деятельности.
35. Коммуникатор как субъект деятельности массовой коммуникации.

Вопросы для проведения промежуточного контроля

1. Предмет и объект социологии массовой коммуникации.
2. Понятие массовой коммуникации.



3. Структура науки о массовой коммуникации.
4. Уровни социологических исследований массовой коммуникации.
5. Понятие партиципарности.
6. Роль социологических исследований массовой коммуникации в социологической науке.
7. Г. Лассуэлл как исследователь массовой коммуникации.
8. Зарубежные исследования массовой коммуникации.
9. Отечественные исследования массовой коммуникации.
10. Марксизм и теория массовой коммуникации.
11. Виды и модели массовой коммуникации.
12. СМК в системе массовой коммуникации.
13. Особенности СМК как массовой коммуникации.
14. Понятие журналистики.
15. Система массовой коммуникации и социальное управление.
16. Понятие идеологии и идеологемы.
17. Понятие массово-коммуникативного процесса.
18. Информация, ее виды.
19. Понятие коммуникативного акта.
20. Общение как элемент массово-коммуникативного процесса.
21. Методы информационного воздействия на аудиторию.
22. Социально-психологическое моделирование.



23. Факторы эффективности деятельности массовой коммуникации.
24. Понятие массового сознания.
25. Массовое сознание и массовая коммуникация.
26. Понятие сознания.
27. Количественные критерии в определении массового сознания.
28. Качественные критерии в определении массового сознания.
29. Индивидуальное, групповое, обыденное сознание.
30. Массовое и специализированное сознание.
31. Общественное мнение.
32. Сущность обыденного сознания.
33. Сущность общественного мнения.
34. PR и общественное мнение.
35. Понятие массовой информации.
36. Уровни социальной информации.
37. Публицистика как тип творчества.
38. Массовая коммуникация как социальный институт.
39. Место массовой коммуникации в системе социальных институтов общества.
40. Пресса и власть.
41. Понятие четвертой власти.
42. Сущность, содержание, формы массовой коммуникации.



43. Типы средств массовых коммуникаций.
44. Правовые нормы, регулирующие деятельность системы массовой коммуникации.
45. Этические нормы в деятельности системы массовой коммуникации.
46. Антисоциальные эффекты массово-коммуникативной деятельности.
47. Структура системы средств массовых коммуникаций.
48. Печать в системе средств массовых коммуникаций.
49. Радио в системе средств массовых коммуникаций.
50. Телевидение в системе средств массовых коммуникаций.
51. Интернет в системе средств массовых коммуникаций, его особенности.
52. Понятие и структура жанров.
53. Субъекты массово-коммуникативной деятельности.
54. Субъекты социальных интересов и их роль в деятельности системы массовой коммуникации.
55. Коммуникатор как субъект массово-коммуникативной деятельности.
56. Средства в системе деятельности массовой коммуникации.
57. Понятие целеполагающей и целенаправленной деятельности.
58. Понятие персонификации.
59. Субъектно-субъектные и субъектно-объектные отношения в массово-коммуникативном процессе.
60. Объекты массово-коммуникативной деятельности.
61. Ценности и оценки.
62. Ценности и субъекты социальных интересов.



63. Понятие свободы.
64. Сущность свободы деятельности системы массовой коммуникации.
65. Четыре концепции свободы прессы.
66. Цензура.
67. Понятие плюрализма мнений.
68. Свобода и ответственность в деятельности массовой коммуникации.
69. Зависимая и независимая пресса.
70. Понятие функции.
71. Функции системы массовой коммуникации.
72. Функция журналистики и функция СМК.
73. Соотношение функций системы массовой коммуникации.
74. Функции и функционирование.
75. Направления социологических исследований массовой коммуникации.
76. Методы социологических исследований массовой коммуникации.
77. Контент-анализ.
78. Методы социологических исследований аудитории.
79. Количественные и качественные методы социологических исследований аудитории.
80. Особенности социологических исследований телевидения и радиовещания.
81. Специальные методы социологических исследований телевидения и радиовещания.



82. Рейтинг, шер, экспертная оценка.

83. Прогностическая роль социологии массовой коммуникации.

Примерный тест для проверки остаточных знаний

Тесты по СМК

1. Массовая коммуникация – это:

а) систематическое распространение сообщений через печать, радио, телевидение, кино, звукозапись среди численно рассредоточенной аудитории;

б) средства общения, взаимодействия, включая печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, видео и аудио, кино;

в) вся сфера духовной (наука, искусство, литература) и духовно-практической (образование, воспитание, управление) деятельности.

2. Теория двухступенчатой модели коммуникации предложена:

а) Г. Лассуэлом;

б) П. Лазарсфельдом;

в) Н. Луманом

г) К. Шенноном.

3. Сколько этапов, на каждом из которых учеными определялась та или иная роль в их воздействии на современное общество, выделяют современные исследователи в исследованиях массовых коммуникаций:

а) два этапа;

б) три этапа;

в) четыре этапа.

4. Какой из этапов исследования массовых коммуникаций характеризуется наделением



массовых коммуникаций практически безграничным влиянием на общественное мнение и поведение людей:

а) этап 40-60-х гг. XX в.;

б) этап 70-х гг. XX в. и длящийся по настоящее время;

в) этап 20-30-х гг. XX;

5. Методология функционального подхода изучения СМК заключается в следующем:

а) при объяснении массовой коммуникации как общественного явления следует искать функцию, которую она исполняет в социуме;

б) при объяснении массовой коммуникации как общественного явления необходимо выяснить её основные эффекты;

в) при объяснении массовой коммуникации как общественного явления необходимо установить её институциональные рамки.

6. Утверждение, что «все средства массовой коммуникации являются государственной собственностью, а появление новых изданий или каналов – результат планирования, но не ответ на запросы рынка» верно для:

а) демократической модели взаимодействия СМК и государства;

б) тоталитарной;

в) модели «третьих стран»;

г) модели социальной ответственности.

7. Какой из перечисленных тезисов не является верным для демократической модели взаимодействия СМК и государства:

а) отдельные граждане должны иметь право на использование СМК в своих собственных интересах;

б) содержание материалов СМК не должно быть подчинено политическому и бюрократическому контролю;



в) коммуникации слишком важны, чтобы оставаться уделом исключительно профессионалов;

г) свобода СМИ может быть ограничена в связи с приоритетами в экономике и потребностями развития общества в целом.

8. Парадигма исследований массовых коммуникаций, рассматривающая аудиторию как объект воздействия, а эффективность коммуникации — как результат воздействия, выполнения социального заказа называется:

а) человекоцентрированной парадигмой;

б) медиацентрированной парадигмой;

9. Субъектами массовой коммуникации как вида социальной деятельности выступают:

а) государство;

б) социальные группы, занимающиеся трансляцией духовных значений (в том числе и специализированного знания) в массовое (практическое) сознание;

в) владельцы отдельных СМИ;

г) массовая аудитория.

10. Оценки происходящих событий, транслируемые по каналам массовых коммуникаций, полностью зависят от:

а) системы ценностей субъектов массово-коммуникативной деятельности;

б) желаний и предпочтений аудитории;

в) стремления субъектов массовой коммуникации учитывать информационные предпочтения аудитории.

11. Регулирующей деятельностью массовой коммуникации заключается:

а) в обеспечении возможности субъектам социальных интересов осуществлять целереализующую деятельность посредством влияния на формирование массового сознания;

б) во внедрении в массовое сознание оценок событий и явлений, признанных актуальными с



точки зрения действующих субъектов социальных интересов;

в) оба утверждения являются верными.

12. При двухступенчатой модели коммуникации:

а) идеи передаются от СМК к лидерам мнений;

б) идеи передаются от СМК сразу всей аудитории;

в) идеи передаются от СМК отдельным профессиональным группам.

13. Все современные исследования массовой коммуникации основываются на допущении:

а) **СМИ** оказывают безграничное влияние на общественное мнение;

б) СМИ оказывают некоторое влияние на общественное мнение;

в) СМИ не оказывают влияние на общественное мнение.

14. В теории коммуникации лидером мнений называется:

а) человек, который общается с окружающими по поводу товара чаще, чем среднестатистический покупатель и способный оказывать влияние на мнение собеседников;

б) человек, выступающий в качестве посредника между средствами коммуникации и собственной группой;

в) человек, обладающий харизмой.

15. В соответствии с частью 3.1 статьи 14 Закона «О рекламе» «...под федеральным телеканалом понимается...»:

а) организация, осуществляющая эфирное телевидение на территориях более четырех субъектов Российской Федерации;

б) организация, осуществляющая эфирное телевидение на территориях пяти субъектов Российской Федерации;



в) организация, осуществляющая эфирное телевидение на территориях восьми субъектов Российской Федерации;

г) организация, осуществляющая эфирное телевидение на территориях более пяти субъектов Российской Федерации;

16. Среди эффектов массовой коммуникации можно выделить:

а) преднамеренные и непреднамеренные;

б) краткосрочные и долгосрочные;

в) немедленные и отложенные;

г) все вышеперечисленные виды эффектов.

17. Перевод в количественные показатели массовой текстовой (записанной на пленку или иные носители) информации с последующей ее статической обработкой называется:

а) факторным анализом;

б) контент-анализом;

в) квантификацией;

18. Целевой аудиторией СМК называется:

а) группа людей, объединенных единой целью;

б) постоянные зрители (слушатели) того или иного СМК;

в) совокупность людей, к которым обращаются СМК и которые воспринимают обращенную к ним информацию;

19. Процент аудитории целевой группы, охваченной телепрограммой, печатным изданием, радиостанцией, интернет ресурсом в данный момент времени называется:

б) долей;



б) рейтингом;

в) индексом рейтинга.

20. Перечислите пять основных характерных признаков общественного мнения;

_____ ;

Ключ	
1	а
2	б
3	б
4	в
5	а
6	б
7	г
8	б
9	б
10	а
11	в
12	а
13	б
14	б
15	г
16	г
17	б



18	в
19	б
20	направленность, интенсивность, стабильность, информационная насыщенность, социальная поддержка

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.



Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию доклада

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Критерии оценивания доклада:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка «хорошо» - основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Экзамен

Экзамен по дисциплине (модулю) служит для оценки работы обучающегося в течение семестра (семестров) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении профессиональных задач.

Критерии оценки знаний на экзамене

Экзамен может проводиться в форме устного опроса побилетам (вопросам) или без билетов, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя. Экзаменатор вправе задавать вопросы сверх билета, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи по программе данного курса.

Экзаменационные билеты (вопросы) утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. В билете должно содержаться не более трех вопросов. Комплект экзаменационных билетов по дисциплине должен содержать 20-25 билетов.



Экзаменатор может проставить экзамен без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Отметка «отлично» - студент глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Студент не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Отметка «хорошо» - студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.

Отметка «удовлетворительно» - студент усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

Отметка «неудовлетворительно» - студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы.



8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

Название	Ссылка
Учебно-методическое пособие по подготовке к семинарским и практическим занятиям и организации самостоятельной работы студентами IV курса очной и заочной формы обучения специальности 030602 Связи с общественностью по дисциплине "Социология массовой коммуникации" / Минобрнауки России, ФГБОУ ВПО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. нов. соц. технологий, Каф. сервиса, туризма и связей с общественностью ; [сост.: Е.А. Панина, С.М. Шаш]. - Майкоп : Магарин О.Г., 2013. - 152 с. - Прил.: с. 143-150. - Библиогр.: с. 135 (15 назв.)	http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/foi2?BASE=000001&FIELD=0022&ACTION0=%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%BE&DATA0=%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F+%D0%BC%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9&Knpoka=%D0%9D%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B8
Социология массовой коммуникации 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов 2022 / Гриф УМО ВО	https://urait.ru/viewer/sociologiya-massovoy-kommunikacii-492735#page/1
Социология массовых коммуникаций. Теория и практика Федотова Л. Н. 2022	https://urait.ru/viewer/sociologiya-massovyh-kommunikaciy-teoriya-i-praktika-498761#page/1

8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
Касьянов, В. В. Социология для журналистов : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09671-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/494813	URL: https://urait.ru/bcode/494813
Методология и методика социологического исследования : учебно-методическое пособие. Направление подготовки 39.04.01 Социология, направленность «Социология региональных процессов» / составители С. Р. Аминов, С. С. Богдан, О. В. Власова. — Сургут : Сургутский государственный педагогический университет, 2022. — 102 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. —	URL: https://www.iprbookshop.ru/120629.html
Дзялошинский, И. М. Культура массовых коммуникаций : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 688 с. — ISBN 978-5-4497-1298-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. —	URL: https://www.iprbookshop.ru/109257.html
Зарубин, В. Г. Основы социологии и политологии : учебное пособие для СПО / В. Г. Зарубин, В. А. Семенов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 220 с. — ISBN 978-5-4488-0946-0, 978-5-4497-0775-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. —	URL: https://www.iprbookshop.ru/101737.html
Евдокимов, В. А. Массмедиа в социокультурном пространстве : учебное пособие / В.А. Евдокимов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 224 с. — (Высшее образование:). - ISBN 978-5-16-006932-6. - Текст : электронный. - дата обращения: 17.06.2022). - Режим доступа: по подписке.	URL: https://znanium.com/catalog/product/1069342 (

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

1. <http://www.tns-global.ru> На сайте представлены мониторинговые измерения СМИ Группы компаний THС. 2. <http://www.dotsmedia.ru> На сайте представлены материалы по телерейтингу. 3. <http://www.fom.ru> Ресурсы Фонда «Общественное мнение». Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". - Москва, 2011 - - URL: <http://znanium.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с



учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. <http://znanium.com/catalog/> Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: <https://нэб.рф/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: <http://nlr.ru/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. "... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени." (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) <https://нэб.рф/CYBERLENINKA> : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2014. - . - URL: <https://cyberleninka.ru/> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. <https://cyberleninka.ru/> eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - . - URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. <https://elibrary.ru/defaultx.asp> IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания "Ай Пи Ар Медиа". - Саратов, 2010 - . - URL: <http://www.iprbookshop.ru/586.html> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. <http://www.iprbookshop.ru/586.html>



9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов (дидактических единиц)	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемы е компетенции
1	2	3	4	5
<p>Тема 1. Предмет и объект социологии массовой коммуникации.</p> <p>Система категорий курса «Социология массовой коммуникации» и его структура. Объект и предмет исследования социологии массовой коммуникации. Структура наук о массовой коммуникации, особенности социологического подхода. Уровни социологического изучения массовой коммуникации: методологический анализ, специальная социологическая теория массовой коммуникации, эмпирические исследования. Место социологии массовой коммуникации в системе социологического знания. Роль социологических исследований массовой коммуникации в жизни общества (описание, объяснение, выработка рекомендаций по оптимизации функционирования изучаемого объекта, прогноз социального развития).</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>
<p>Тема 2. История развития социологии массовой коммуникации.</p> <p>Начальный этап становления социологии коммуникации. Формирование понятийного аппарата. Развитие специфических социологических методов сбора информации о социальных процессах и состояниях. Формирование культуры процедуры измерения. Становление социологии массовой коммуникации как теории среднего уровня. Марксизм и теория массовой коммуникации. Развитие социологии массовой коммуникации в советский период. Формирование лабораторий и подразделений по изучению социологических проблем печати, радио и телевидения и их аудитории. Формирование независимых исследовательских структур по изучению СМИ и общественного мнения. Зарубежные исследования массовой коммуникации.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>
<p>Тема 3. Массовая коммуникация как система деятельности.</p>	<p>Лекция, конспектирование,</p>	<p>Аудиторная</p>	<p>Устная речь, письмо,</p>	<p>УК-4</p>

<p>Понятие массово-коммуникативного воздействия как информационного на большие общности людей (аудиторию). Понятие деятельностного ряда. Различные модели коммуникации. Множественность представлений о массовой коммуникации. Понятие массовой коммуникации. Особенности продуктов деятельности СКМ (доступность, периодичность, социальная значимость информации, устойчивость процесса организации, универсальность информации, наличие постоянной аудитории, институализированность). Текст в системе массовой коммуникации. Массовая коммуникация и общение. Деятельность массовой коммуникации по созданию поля для общения. Аудитория как объект воздействия и как источник информации. Место массовой коммуникации в коммуникативном пространстве. Роль массовой коммуникации в интеграции общества, в обеспечении механизма социальной устойчивости.</p>	<p>приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>(изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>схемы, рисунки, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-5</p>
<p>Тема 4. Субъекты массово-коммуникативной деятельности.</p> <p>Средство как нейтральное звено в системе целеполагания. Целенаправленная деятельность в системе массовой коммуникации. Субъекты социальных интересов и их роль в деятельности массовой коммуникации. Субъекты профессиональных интересов. Понятие коммуникатора. «Безличный» коммуникатор. Качества коммуникатора, необходимые для успешного достижения цели. Объективирование противостоящих субъектов социальных интересов как одна из задач деятельности массовой коммуникации, Субъектно-субъектные и субъектно-объектные отношения в процессе массово-коммуникативной деятельности.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебные пособия</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>
<p>Тема 5. Массовая информация в деятельности массовой коммуникации.</p> <p>Социологические проблемы социальной информации. Уровни существования социальной информации. Специализированная и массовая информация. Содержание массовой информации как исходный материал для формирования массового сознания. Массовая информация как средство деятельности СКМ. Массовая информация как информация, предназначенная для уровня массового сознания, ее отличие от информации, предназначенной для уровня специализированного сознания. Процесс перевода информации с уровня специализированного на уровень массового сознания как коммуникативный фактор. Кодирование и декодирование.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебные пособия</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>
<p>Тема 6. Функции системы массовой коммуникации.</p> <p>Понятие функции. Функция как выражение сущности исследуемого объекта. Понятие системы. Субстанциальные и функциональные системы. Функция как роль подсистемы в системе. Массовая коммуникация как функциональная система. Функция массовой</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебные пособия</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>

<p>коммуникации, функция журналистики, функция СМК. Множественность представлений о функциях массовой коммуникации как методологическая проблема. Функции и функционирование массовой коммуникации, их различие как путь к повышению эвристических возможностей теории функций системы массовой коммуникации. Социальная интеграция как условие и как результат функционирования массовой коммуникации.</p>		<p>систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>		
<p>Тема 7. Формы и методы массово-коммуникативного воздействия на аудиторию в процессе функционирования массовой коммуникации.</p> <p>Манипуляция в деятельности массовой коммуникации. Срочность, сенсационность, дробление информации как способы организации информационного воздействия на массовую аудиторию. Агитация, пропаганда и контрпропаганда как методы деятельности массовой коммуникации. ПР и реклама, их место и роль в процессе деятельности массовой коммуникации. Социально-психологическое моделирование с учетом качеств аудитории: социально-демографических, психологических, социально-гражданских, профессионально-творческих, конфессиональных, этнических. Аудиторные показатели эффективности деятельности массовой коммуникации: внутренние (мировоззренческие) и внешние (конативные). Факторы, способствующие эффективному воздействию массовой коммуникации на аудиторию (социально-психологические, информационные, коммуникативные).</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>
<p>Тема 8. Массовая коммуникация как социальный институт.</p> <p>Социальный институт как исторически сложившиеся формы организации и регулирования общественной жизни. Понятие четвертой власти. Массово-коммуникативная деятельность как форма социального контроля. Пресса и власть. Типы средств массовых коммуникаций (государственно-общественные, государственные, коммерческие). Массовая коммуникация и социальное управление: советские и постсоветские модели и методы (информационного контроля пространства и резонансных коммуникативных технологий). Правовые нормы, регулирующие деятельность массовой коммуникации (закон РФ о СМИ, Федеральный закон РФ «Об информации, информатизации и защите информации» и др.). Этические нормы в массово-коммуникативной деятельности.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>
<p>Тема 9. Структура системы средств массовых коммуникаций.</p> <p>Печать в системе СМК, основные характеристики и способы воздействия на аудиторию. Радио, его особенности как средства массовой коммуникации. Телевидение в системе СМК, отличительные характеристики, способы, формы и методы деятельности. Информационные агентства и службы связи с общественностью.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний,</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>

<p>Рекламные агентства. Социологические службы как структура, участвующая в обеспечении обратной связи с аудиторией. Анализ жанров. Информационные жанры: сообщение, отчет, выступление, интервью, репортаж, радиотчет, обзор печати. Аналитические жанры: корреспонденция, комментарий, обозрение, беседа, дискуссия, пресс-конференция, ток-шоу. Жанры художественной публицистики: очерк, зарисовка, эссе. Сатирические жанры: фельетон, памфлет. Документальные жанры. Взаимопроникновение жанров. Жанры как составные части более сложных структурных конструкций. Интернет как специфическая структура в системе массовых коммуникаций.</p>		<p>контроль и коррекция знаний)</p>		
<p>Тема 10. Направления исследований массовой коммуникации в рамках теоретической социологии.</p> <p>Исследование массовой коммуникации на уровне специальной социологической теории. Теоретические исследования содержания и форм массовой коммуникации как социального процесса. Исследование массовой коммуникации со стороны явления (производство, распространение и потребление информации). Выявление субъектов деятельности системы массовой коммуникации как теоретико-социологическая проблема. Роль исследования массовой коммуникации методами теоретической социологии. Многоуровневый социологический анализ деятельности массовой коммуникации как основа для реализации прогностической роли социологии массовой коммуникации в вопросах о путях развития массовой коммуникации и общества в целом.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>
<p>Тема 11. Направления и методы эмпирических исследований массовой коммуникации.</p> <p>Эмпирические исследования массово-коммуникативной деятельности. Социометрия и медиаметрия. Социологические исследования аудитории. Количественные методы (опросы (анкетирование, интервьюирование), дневники радиослушателей и телезрителей, блиц-опросы, аудиметры). Качественные методы (анализ писем, наблюдение, анализ документов, звонков в редакцию, встречи с представителями аудитории, фокус-группы). Социологические исследования средств массовых коммуникаций. Методы исследования текстов и теле-, радиопередач. Контент-анализ как метод изучения содержания текстовых массивов. Особенности анализа радио- и телеинформации. Рейтинг и шер теле- и радиопередач. Экспертные оценки. Анализ профессиональной критики деятельности средств массовых коммуникаций. Изучение коммуникатора, его языка и стиля. Изучение личных качеств коммуникатора. «Коммерческие» исследования средств массовых коммуникаций.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-4 ПКУВ-5</p>

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Название
7-Zip Свободная лицензия
Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401
Adobe Reader DC Свободная лицензия

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. - Москва, 2011 - - URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znanium.com/catalog/
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. - Саратов, 2010 - . - URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: https://нэб.рф/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rmb-today) https://нэб.рф/
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - . - URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp
CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2014. - . - URL: https://cyberleninka.ru/ - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/



Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

Название



11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (5-5-16)	Учебная мебель на 54 посадочных места, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (5-5-21)	Учебная мебель на 28 посадочных мест, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования (1-318)	Технические средства обучения, служащие для предоставления учебной информации большой аудитории	
Помещения для самостоятельной работы (1-Читальный зал ФГБОУ ВО «МГТУ»)	Мебель на 150 посадочных мест, компьютерное оснащение с выходом в Интернет на 30 посадочных мест, специализированная мебель (стулья, столы, шкафы, шкафы выставочные), мультимедийное оборудование, оргтехника (принтеры, сканеры, ксерокс)	

