АННОТАЦИЯ

Б1.Б.11.02 Социология массовых коммуникаций

Направление подготовки – «Реклама и связи с общественностью» – 42.03.01, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы (144 часа, из них – 74 ч. аудиторной нагрузки: лекционных 44 ч., практических 30 ч.; 38,8 ч. самостоятельной работы; 4 ч. КСР; 26,7 ч. контроль; 0,5 ч. ИКР).

Цель дисциплины:

1. формирование у студентов целостного представления о системе массовой коммуникации как неотъемлемой части современного общественного развития.

Задачи дисциплины:

1. сформировать представление о месте и роли массовых коммуникаций в системе информационной индустрии.

2. изучить влияние массовой коммуникации на индивида, общество, общественное мнение.

3. способствовать формированию у студентов навыков владения приемами и методами анализа современных массовых коммуникаций.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана бакалавриата. Предшествующими дисциплинами, необходимыми для ее изучения, в учебном плане бакалавриата являются дисциплины «Философия», «Культурология», «Социология», «Теория и практика массовой информации». Последующих дисциплин в учебном плане, для которых «Социология массовых коммуникаций» выступает предшествующей не имеется.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих *общекультурных/профессиональных* компетенций (ОК/ПК):

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОК-6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	о социальных, этнических, конфессиональных и культурных различиях, которые формируются в обществе	проявлять толерантность к социальным, этническим, конфессиональным и культурным различиям; выстраивать диалог с представителями других культур	навыками толерантного отношения к представителям других социальных, этнических, конфессиональных и культурных групп; навыками работы в коллективе
2.	ПК-10	способностью организовывать и проводить	содержание всех этапов социологичес	формулировать цели, задачи исследования;	навыками проведения социологическ

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		социологические исследования	кого исследования; основные методы сбора данных	разрабатывать план исследования; определять объем выборки	ого исследования
3.	ПК-11	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	особенности и методику написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	анализировать деятельность современных средств массовой коммуникации	навыками систематизации и анализа информации массовой коммуникации

Основные разделы (темы) дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Массовая коммуникация как объект научного анализа. Основные этапы развития социологии массовых коммуникаций как науки	10	4	2		4
2.	Возникновение массовой коммуникации в обществе. Массовая коммуникация как социальная подсистема	10	4	2		4
3.	Средства массовой коммуникации и власть	5	2	1		2
4.	Средства массовой коммуникации как вид бизнеса	5	2	1		2
5.	Политическая коммуникация как вид массовой коммуникации	10	4	2		4
6.	Изучение эффектов воздействия массовой коммуникации	12	4	2		6
7.	Манипулирование как функция средств массовой коммуникации	8	4	2		2
8.	Реклама в средствах массовой коммуникации	9,8	4	2		3,8
	<i>Итого по дисциплине:</i>	69,8	28	14		27,8

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 5 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов
---	-----------------------------	------------------

1	2	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Медиа-исследования в социологии: типология и методы	6	2	2		2
2.	Коммуникатор и социологические методы его изучения	5	2	2		1
3.	Содержание информации и методика его анализа	5	2	2		1
4.	Социологические подходы к изучению основных средств массовой коммуникации: медиа-измерения	6	2	2		2
5.	Социологические исследования аудитории	6	2	2		2
6.	Средства массовой коммуникации и общественное мнение	5	2	2		1
7.	Проблема измерения эффектов и эффективности коммуникации	5	2	2		1
8.	Конкретные эмпирические исследования средств массовой коммуникации	5	2	2		1
	<i>Итого по дисциплине:</i>	43	16	16		11

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет/экзамен*

Основная литература:

1. Касьянов В.В. Социология массовой коммуникации : учебник для академического бакалавриата / В.В. Касьянов. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 299 с. - Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/FB2A2FDC-ED57-4BC1-8F45-90D90432872D.

2. Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Л.Н. Федотова. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 603 с. - <https://biblio-online.ru/book/A5683ECE-E3BA-4D22-8C86-6E44EE1389BB>.

Автор РПД:

к.и.н., доц.

Шаповалов С.Н.