

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.11.02 «Социология массовых коммуникаций»

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы (144 часа, из них – 78,5 контактных часов: лекционных 44 ч., практических 30 ч.; 38,8 часов самостоятельной работы (4 часа КСР); 26,7 часов контроль; 0,5 часа ИКР)

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов целостного представления о системе массовой коммуникации, ее функционировании и развитии, сущностных характеристиках, определении роли массовых коммуникаций в социуме и их влияния на различные социальные структуры с целью применения полученных знаний и навыков в практике управления индивидуальным и общественным мнением как состоянием массового сознания.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации задач курса предполагается:

- ознакомить студентов со средствами массовой коммуникации как с социальным институтом и особенностями его функционирования в современном социуме, социологическими методами изучения деятельности СМК;
- сформировать представление о месте и роли СМК в системе социальных коммуникаций и о комплексе знаний об информационной индустрии как социальном институте, развитие которого тесно связано с развитием человеческой цивилизации, в частности, со сменой основных социо-, политических и экономических укладов, с технологическими и техническими революциями;
- изучение зависимостей между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и деятельностью в сфере связей с общественностью;
- изучение влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение.
- научить студентов владеть приемами и методами анализа современных СМК

В результате изучения дисциплины студент должен иметь достаточно полное представление о принципах, методиках и технологиях, применяемых социологами, журналистами в СМИ для формирования общественного мнения, о взаимовлиянии экономических, политических и социальных аспектов становления и развития системы массовых коммуникаций, методах исследования аудитории печатных и электронных СМИ.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.11.02 «Социология массовых коммуникаций» входит в раздел «Б.1. Профессиональный цикл. Базовая (общепрофессиональная) часть» ФГОС ВО по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью».

Преподавание дисциплины основано на изучении предшествующих дисциплин - «Культурология», «Социология», «Политология», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации».

Компетенции, формируемые при освоении дисциплины «Социология массовых коммуникаций», необходимы в ходе прохождения студентами практик, имеют значение для подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ ряда тематик.

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

Процесс изучения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» направлен на формирование следующих компетенций:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и иные культурные различия (ОК-6);

- способность организовывать и проводить социологические исследования (**ПК-10**);
- способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (**ПК-11**)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных компетенций (ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	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 иные культурные различия	знать основы российской и зарубежной коммуникативистики, социологии;	уметь анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;	владеть навыками систематизации, анализа и оценки различных явлений и процессов общества;
2	ПК-10	способностью организовывать и проводить социологические исследования	знать сущность, типы и историю развития массовой коммуникации; знать объект, предмет и методы социологического исследования; знать теоретические подходы к феномену массовой коммуникации; знать средства коммуникации в информационном обществе;	уметь использовать механизмы коммуникационного воздействия;	владеть навыками проведения эмпирических социологических исследований в области массовой коммуникации;
3	ПК-11	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	знать аспекты взаимодействия СМИ с другими социальными институтами, влияния на культуру и аудиторию, роль в	уметь анализировать деятельность современных СМИ; уметь изучать аудиторию СМИ, ее отношение и предпочтения	владеть классификацией средств и форм массовой коммуникации; владеть методами проведения

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			формировании общественного мнения; <i>знать</i> современные процессы в сфере масс- медиа: влияние процесса глобализации, возникновение транснационал ьных СМИ, феномены медиаимпериал изма и альтернативны х СМИ		PR-кампаний и формировани я имиджа

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре (для студентов ОФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеауд иторна я работа
			Л	ПЗ	КСР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Массовая коммуникация как объект научного анализа. Основные этапы развития социологии массовых коммуникаций как науки	8	4	2		2
2	Возникновение массовой коммуникации в обществе. Массовая коммуникация как социальная подсистема	10	4	2		4
3	Средства массовой коммуникации и власть	7	2	1		4
4	Средства массовой коммуникации как вид бизнеса	7	2	1		4
5	Политическая коммуникация как вид массовой коммуникации	10	4	2		4
6	Изучение эффектов воздействия массовой коммуникации	10	4	2		4
7	Манипулирование как функция средств массовой коммуникации	10	4	2	1	4
8	Реклама в средствах массовой коммуникации	10	4	2	1	4
9	<i>Вид промежуточной аттестации (зачет)</i>					
	<i>Итого по дисциплине:</i>	72	28	14	2	27,8

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре (для студентов ОФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	КСР	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	6	2	2		2
4.	Социологические подходы к изучению основных средств массовой коммуникации: медиа-измерения	6	2	2		2
5.	Социологические исследования аудитории	5	2	2		1
6.	Средства массовой коммуникации и общественное мнение	6	2	2		2
7.	Проблема измерения эффектов и эффективности коммуникации	5	2	2	1	1
8.	Конкретные эмпирические исследования средств массовой коммуникации	6	2	2	1	2
	<i>Вид промежуточной аттестации (экзамен)</i>	27				
	<i>Итого по дисциплине:</i>	72	16	16	2	11

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет/экзамен

Основная литература:

1. Аверин, А.Н. Социальная коммуникация : учебное пособие / А.Н. Аверин. - Москва : Проспект, 2016. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-392-20839-5 ; То же [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443609>
2. Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / В. И. Гостенина, А. Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2016.
3. Оришев А.Б. Социология рекламной деятельности : учебник. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2016

Авторы РПД: канд. ист. наук, доц., доц. Виноградова К.В.