

## АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.Б.11.02 «Социология массовых коммуникаций» (ЗФО)

**Объем трудоемкости:** 4 зачетные единицы (144 часа, из них – 12,3 контактных часа, лекционных 4 ч., практических 8 ч.; 123 часа самостоятельной работы; 8,7 часов контроль, 0,3 ч. 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 «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	<b>ОК-6</b>	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и иные культурные различия	<i>знать</i> основы российской и зарубежной коммуникативистики, социологии;	<i>уметь</i> анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;	<i>владеть</i> навыками систематизации, анализа и оценки различных явлений и процессов общества;
2	<b>ПК-10</b>	способностью организовывать и проводить социологические исследования	<i>знать</i> сущность, типы и историю развития массовой коммуникации; <i>знать</i> объект, предмет и методы социологического исследования; <i>знать</i> теоретические подходы к феномену массовой коммуникации; <i>знать</i> средства коммуникации в информационном обществе;	<i>уметь</i> использовать механизмы коммуникационного воздействия;	<i>владеть</i> навыками проведения эмпирических социологических исследований в области массовой коммуникации;
3	<b>ПК-11</b>	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	<i>знать</i> аспекты взаимодействия СМИ с другими социальными институтами, влияния на культуру и аудиторию, роль в	<i>уметь</i> анализировать деятельность современных СМИ; <i>уметь</i> изучать аудиторию СМИ, ее отношение и предпочтения	<i>владеть</i> классификации средств и форм массовой коммуникации; <i>владеть</i> методами проведения

№ п.п.	Индекс компетенции	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 медиа: влияние процесса глобализации, возникновение транснациональных СМИ, феномены медиаимпериализма и альтернативных СМИ		PR-кампаний и формирования имиджа

### Основные разделы дисциплины

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

№	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	9		1		8
2	Возникновение массовой коммуникации в обществе. Массовая коммуникация как социальная подсистема	9		1		8
3	Средства массовой коммуникации и власть	8				8
4	Средства массовой коммуникации как вид бизнеса	8				8
5	Политическая коммуникация как вид массовой коммуникации	8		1		7
6	Изучение эффектов воздействия массовой коммуникации	8		1		7
7	Манипулирование как функция средств массовой коммуникации	8	1			7
8	Реклама в средствах массовой коммуникации	8				8
9	Медиа-исследования в социологии: типология и методы	9	1			8
10	Коммуникатор и социологические методы его изучения	8		1		7
11	Содержание информации и методика его анализа	8				8

12	Социологические подходы к изучению основных средств массовой коммуникации: медиа-измерения	9	1			8
13	Социологические исследования аудитории	8		1		7
14	Средства массовой коммуникации и общественное мнение	9		1		8
15	Проблема измерения эффектов и эффективности коммуникации	9		1		8
16	Конкретные эмпирические исследования средств массовой коммуникации	9	1			8
	<i>Вид промежуточной аттестации (экзамен)</i>	8,7				
	<i>Итого по дисциплине:</i>	144	4	8		123

**Курсовые работы:** *не предусмотрены*

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *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: д-р ист. наук, д-р социол. наук, проф., проф. Касьянов В.В.  
канд. ист. наук, доц., доц. Виноградова К.В.