

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УВР УрСЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТиСО»

_____ О.В. Зубкова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Социология массовых коммуникаций

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

«Бакалавр»

Кафедра: Гуманитарных, естественнонаучных и математических дисциплин

Разработчики программы:

К.с.н., доцент Чухванцева Е.О.

Оглавление

1.	ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	3
2.	МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	3
3.	ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ	3
4.	СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ;	4
5.	ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	6
6.	ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	8
7.	ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	8
8.	РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	9
9.	МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	9
10.	ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ	11
11.	МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	11
12.	ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	11
	Приложение №1 к разделу № 6	
	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	13
6.1	ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	13
6.2	ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ	13
6.3	ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	15
6.4	МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	18

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Целью изучения дисциплины являются: приобретение обучающимися знаний и умений исследования социологического способа изучения массовой коммуникации; развитие самостоятельности мышления с учетом получения нового знания.

Задачи дисциплины:

- изучить историю возникновения массовых коммуникаций в обществе;
- изучить средства массовой коммуникации как социальную подсистему;
- изучить основы, сущность, методы и инструменты социологических исследований в рекламе и связях с общественностью.

1.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Освоение дисциплины направлено на формирование у студентов следующих компетенций:

УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

1.2 Результаты освоения образовательной программы:

В результате освоения компетенции УК-5и дисциплины в целом студент должен:

знать:

- основы, сущность, методы и инструменты социологических исследований в рекламе и связях с общественностью;
- специфику использования интернет-технологий в социологическом исследовании;
- социологические методы изучения аудитории массовых коммуникаций;

уметь:

- использовать социологические методы изучения аудитории массовых коммуникаций, оценивать эффективность массовой коммуникации;
- использовать СМИ в формировании общественного мнения;

владеть/ быть в состоянии продемонстрировать:

- навыками организации социологических исследований в средствах массовой коммуникации с учетом межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском аспектах.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Согласно ФГОС и ОПОП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью дисциплина «Социология массовых коммуникаций» относится к обязательным дисциплинам блока Б1(Б1.О.08).

Изучение курса базируется на знаниях следующих дисциплин: «Культурология», «История». Учебная дисциплина является предшествующей для дисциплин «Основы теории коммуникации», «Психология массовых коммуникаций» и др.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Таблица 3.1

Объем дисциплины	Всего часов		
	Для очной формы обучения	Для очно-заочной формы обучения	Для заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины (зачетных единиц/часов)	2/72	-	2/72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)			
Аудиторная работа (всего)	36	-	10
в том числе:	-	-	-
Лекции	18	-	4
Семинары, практические занятия	18	-	6
Лабораторные работы	-	-	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	36	-	58
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	зачет	-	зачет (4)

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ;

4.1 Содержание дисциплины (модуля)

Раздел 1. Социология средств массовой коммуникации

Тема 1. Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход

Социология массовой коммуникации в системе социологического знания. Зарубежные и отечественные представители социологии массовой коммуникации и их вклад в изучение средств массовой коммуникации. Теории, проблемы и направления изучения массовой коммуникации на современном этапе.

Тема 2. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема

Массовая коммуникация как социальный институт. Функции массовой коммуникации. Массовая коммуникация в информационном обществе.

Тема 3. Социальная роль и социальные функции социологии массовых коммуникаций

Социальные функции массовой коммуникации. Пропаганда социальных целей

Тема 4. Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства.

Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства: модель независимой прессы, модель социальной ответственности, модель демократического представительства, советская модель, авторитарная и модель развития. Типологизация СМИ.

Тема 5. Деятельность СМИ как реализация интересов социальных субъектов

Реклама в средствах массовой коммуникации. PR-деятельность в пространстве массовой коммуникации.

Тема 6. СМИ в формировании общественного мнения

Содержание понятий общественное мнение и общественное сознание. Влияние СМИ на общественное мнение

Раздел 2. Социологические исследования в массовых коммуникациях

Тема 7. Социология рекламной деятельности

Реклама в печатных СМИ. Реклама на телевидении. Реклама в Интернете.

Тема 8. Социологические методы изучения аудитории МК

Наблюдение, интервью.

Тема 9. Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью

Разработка плана и программы исследования. Составление анкеты. Экспертный опрос

Тема 10. Изучение читательской аудитории

Разработка плана и программы социологического исследования читательской аудитории газеты. Составление анкеты. Обработка результатов опроса. Использование результатов исследования.

Тема 11. Использование интернет-технологий в социологических исследованиях

Традиционные и компьютерные технологии в социологическом исследовании - достоинства и недостатки. Изучение основных направлений развития социологической сети Интернета. Знакомство с технологиями онлайн-исследований. Участие в онлайн-опросе. Сравнительный анализ организационно-метрологических характеристик традиционных и онлайн-методов опроса.

4.2. Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий

Таблица 4.1

№ п/п	Наименование темы	Очная форма обучения				Компетенции	Литература
		всего	Аудиторные занятия		Самостоятельная подготовка		
			Лекции	Практические занятия			
Раздел 1. Социология средств массовой коммуникации							
1	Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход	4	1	1	2	УК-5	Л1-8
2	Средства массовой коммуникации как социальная подсистема	4	1	1	2	УК-5	Л1-8
3	Социальная роль и социальные функции СМК	8	2	2	4	УК-5	Л1-8
4	Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства.	8	2	2	4	УК-5	Л1-8
5	Деятельность СМИ как реализация интересов социальных субъектов	8	2	2	4	УК-5	Л1-8
6	СМИ в формировании общественного мнения	8	2	2	4	УК-5	Л1-8
7	Социология рекламной деятельности	8	2	2	4	УК-5	Л1-8
Раздел 2. Социологические исследования в массовых коммуникациях							
8	Социологические методы изучения аудитории МК	8	2	2	4	УК-5	Л1-8
9	Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью	8	2	2	4	УК-5	Л1-8
10	Изучение читательской аудитории	4	1	1	2	УК-5	Л1-8
11	Использование интернет-технологий в социологических исследованиях	4	1	1	2		
промежуточная аттестация- зачет							
Всего часов		72	18	18	36		
Зачетные единицы		2					

Вид промежуточной аттестации: зачет

Таблица 4.2

№ п/п	Наименование темы	Очная форма обучения					Компетенции	Литература	
		всего	Аудиторные занятия		Форма контроля	Самостоятельная подготовка			
			Лекции	Практические занятия					
Раздел 1. Социология средства массовой коммуникации									
1	Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход	5	0,5	0,5		4	УК-5	Л1-8	
2	Средства массовой коммуникации как социальная подсистема	5	0,5	0,5		4	УК-5	Л1-8	
3	Социальная роль и социальные функции СМК	4,5		0,5		4	УК-5	Л1-8	
4	Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства.	4,5		0,5		4	УК-5	Л1-8	
5	Деятельность СМИ как реализация интересов социальных субъектов	6,5		0,5		6	УК-5	Л1-8	
6	СМИ в формировании общественного мнения	6,5		0,5		6	УК-5	Л1-8	
7	Социология рекламной деятельности	7,5	1	0,5		6	УК-5	Л1-8	
Раздел 2. Социологические исследования в массовых коммуникациях									
8	Социологические методы изучения аудитории МК	8	1	1		6	УК-5	Л1-8	
9	Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью	7	0,5	0,5		6	УК-5	Л1-8	
10	Изучение читательской аудитории	6,5		0,5		6	УК-5	Л1-8	
11	Использование интернет-технологий в социологических исследованиях	7	0,5	0,5		6			
	промежуточная аттестация- зачет	4				4			
	Всего часов	72	4	6		4	58		
	Зачетные единицы	2							

Вид промежуточной аттестации: зачет

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Тема 1. Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход

Изучить дополнительный материал по вопросам:

1. Соотношение социологического, психологического, культурологического и других подходов к изучению массовой коммуникации.
2. Роль коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости социума.
3. Коммуникации как способ формирования целей развития.
4. Технологические и социальные революции как факторы изменений в средствах и функциях массовой коммуникации.

Тема 2. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема

Изучить дополнительный материал по вопросам:

1. Факторы отбора информации в реальной деятельности информационных органов: профессиональные факторы, факторы групп интересов;
2. Динамика теоретических представлений о роли массовой коммуникации в жизни индивида и общества.

Тема 3. Социальная роль и социальные функции социологии массовых коммуникаций

Изучить дополнительный материал по вопросам:

1. Функция информирования.
2. Функция воспитания.
3. Функция снятия напряжения.
4. Функция коммуникации.
5. Функция организации поведения.
6. Исторический характер функций СМК.
7. Функции СМК в парадигме модернизационного общества.

Тема 4. Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства.

Изучить дополнительный материал по вопросам:

1. СМИ и власть, понятие «четвертой власти».
2. Проблема свободы СМИ.
3. Модели СМИ в постсоветской России.
4. Социальная ответственность СМК и власти.
5. Понятие информационной безопасности.

Тема 5. Деятельность СМИ как реализация интересов социальных субъектов

Изучить дополнительный материал по вопросам:

1. Социальные условия возникновения и активного функционирования рекламы в обществе.
2. Особенности рекламы в различных средствах массовой информации.
3. Коммерческая, политическая и социальная реклама в средствах массовой информации: особенности, структура, социальные функции.
4. Связи с общественностью в России: современные проблемы и тенденции развития.
5. Специфика PR в различных видах СМИ.

Тема 6. СМИ в формировании общественного мнения

Изучить дополнительный материал по вопросам:

1. Взаимодействие межличностной и массовой коммуникации в процессе формирования общественного мнения.
2. Опросы общественного мнения в прессе как текст.
3. Профессиональные требования к публикации опросов.
4. Влияние рейтингов общественного мнения на процесс принятия решения индивида

Тема 7. Социология рекламной деятельности

Ознакомиться с примерами рекламных кампаний.

Тема 8. Социологические методы изучения аудитории МК

Изучить дополнительный материал по вопросам:

1. Исследование аудитории – соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов.
2. Механизм исследования целевой аудитории.
3. Электронные способы измерения аудитории.
4. Проблема рейтинга аудитории

Тема 9. Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью

Изучить Интернет-ресурсы по вопросу: «Реклама в средствах массовой коммуникации. Виды и методы социологических исследований»

Тема 10. Изучение читательской аудитории

Изучить интернет-ресурсы по вопросу: «Опрос как метод получения первичной информации»

Тема 11. Использование интернет-технологий в социологических исследованиях

Изучить дополнительный материал по вопросам:

1. Традиционные и компьютерные технологии в социологическом исследовании: достоинства и недостатки.
2. Изучение основных направлений развития социологической сети Интернет.
3. Технологии онлайн-исследований.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Приложение №1 к рабочей программе дисциплины

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основная литература

1. Яшин, Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций: учебное пособие для учащихся высших учебных заведений: [16+] / Б.Л. Яшин. – Изд. 2-е, стер. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 246 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575193> (дата обращения: 29.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0130-9. – DOI 10.23681/575193. – Текст: электронный.

2. Кирия, И.В. История и теория медиа: учебник для вузов: [16+] / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 424 с.: ил. – (Учебники Высшей школы экономики). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753> (дата обращения: 29.09.2020). – Библиогр.: с. 401-414. – ISBN 978-5-7598-2116-8. – Текст: электронный

3. Паршукова, Г.Б. Основы теорий коммуникаций: теории и модели коммуникаций: [16+] / Г.Б. Паршукова; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 71 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576452> (дата обращения: 29.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7782-3287-7. – Текст: электронный.

4. Социология коммуникации: практикум / составители С. С. Асатрян. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 98 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75598.html> (дата обращения: 29.09.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Богачкина, Н.А. Социальная психология: шпаргалка: [16+] / Н.А. Богачкина; Научная книга. – 2-е изд. – Саратов: Научная книга, 2020. – 32 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=578387> (дата обращения: 29.09.2020). – ISBN 978-5-9758-1975-8. – Текст: электронный.

Дополнительная литература

6. Зубанова, Л.Б. Рейтинговые исследования в социологии массовых коммуникаций: учебное пособие / Л.Б. Зубанова; Министерство культуры Российской Федерации, Челябинская государственная академия культуры и искусств, Культурологический факультет, Кафедра культурологии и социологии. – Челябинск: ЧГАКИ, 2011. – 82 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=492757> (дата обращения: 29.09.2020). – Библиогр. в кн. – Текст: электронный.

7. Федотова, Л.Н. Социология рекламной деятельности: учебник / Л.Н. Федотова; Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. – 5-е изд., перераб. –

Москва: Московский Государственный Университет, 2014. – 457 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=595573> (дата обращения: 29.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-19-010844-6. – Текст: электронный.

8. Данилова, И. А. Социология и психология управления: учебное пособие / И. А. Данилова, Р. Н. Нуриева. — 2-е изд. — Саратов: Научная книга, 2019. — 98 с. — ISBN 978-5-9758-1781-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81083.html> (дата обращения: 29.09.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№ п/п	Интернет ресурс (адрес)	Описание ресурса
Профессиональные базы данных		
1.	http://soc.lib.ru/su	Библиотека социологических текстов
2.	http://soc.lib.ru/links.htm	Каталог ссылок на интернет-ресурсы по социологии
3.	http://socyus.ru/sitemap.html	Сайт по социологии управления
4.	http://isras.ru/csuisp.html	Сайт Центра социологии управления и социальных технологий института социологии РАН

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Учебным планом дисциплины предусмотрено чтение лекций, проведение практических занятий, консультаций, самостоятельная работа студента.

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии: стандартные методы обучения и методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий.

На лекциях студенты получают основы базовых знаний по изучаемой дисциплине. Студент должен кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения, выделяемые преподавателем, обозначить материал, который вызывает трудности, сформулировать к нему вопросы и в конце лекции задать их преподавателю.

На семинарских занятиях контролируется уровень восприятия, знания и качество работы студентов с лекционным материалом, учебниками, текстами первоисточников, развитие навыков оперирования понятийным аппаратом дисциплины, умение анализировать конкретные ситуации в связи с изучаемым материалом.

Большое место в учебном плане отведено самостоятельной работе студентов. По итогам самостоятельной работы у студента должен выработаться навык исследования конкретного вопроса в рамках дисциплины и представления самостоятельных выводов на основе изучения учебного, научного материала и дополнительной литературы.

Самостоятельная работа студентов включает следующие ее виды:

- изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану;
- самоподготовка к практическим и другим видам занятий;
- самостоятельная работа при подготовке к экзамену.

Эти виды работ предполагают:

- самостоятельную работу в библиотеке;
- изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет;
- изучение электронных учебных материалов (электронных учебников, методических материалов, представленных на сайте УрСЭИ);

Результаты работы студентов подводятся в ходе их промежуточной и итоговой аттестации. Рабочая программа учебной дисциплины обеспечена фондом оценочных средств для проведения текущего контроля, промежуточной аттестации и итоговой аттестации. *Текущий контроль* проводится по разделам курса и имеет целью проверить уровень владения изученным материалом или степень сформированности отдельных навыков. Промежуточная аттестация проводится два раза в семестр. Она отражает посещение студентами лекций и работу на семинарских занятиях. В случае, если студент не прошел аттестацию, он не допускается к зачету. *Итоговый контроль* проводится в виде зачета за весь курс обучения дисциплине.

Методические указания по подготовке к зачету

Наиболее ответственным этапом в обучении студентов является экзаменационная сессия. На ней студенты отчитываются о выполнении учебной программы, об уровне и объеме полученных знаний. Результаты сдачи зачетов оцениваются отметкой «зачтено» или «не зачтено».

Условием успешной сдачи зачета являются владение материалом лекционного курса, систематическая работа на практических занятиях, полное, точное и своевременное выполнение заданий, предусмотренных учебным планом, самостоятельная подготовка студента. Специфической задачей студента в период экзаменационной сессии является повторение, обобщение и систематизация материала, изученного в курсе дисциплины.

В основу подготовки к зачету должна быть положена программа дисциплины. Рекомендуются сначала внимательно просмотреть программу курса, установить наиболее трудные, наименее усвоенные разделы.

В процессе подготовки анализируются и систематизируются знания, накопленные при изучении дисциплины: данные учебника, записи лекций, конспекты источников, заметки, сделанные во время консультаций или семинаров и др. Закончив работу над темой, необходимо ответить на контрольные вопросы для самопроверки.

Консультации, которые проводятся в период экзаменационной сессии, необходимо использовать для углубления знаний, восполнения пробелов и разрешения возникших трудностей. Консультация предполагает основательную предварительную подготовку, в противном случае она не принесет нужного результата.

При подготовке к зачету рекомендуется придерживаться следующих правил:

- 1) подготовьте свое рабочее место, установите четкий ритм работы, разумно чередуйте труд и отдых;
- 2) вспомните все, что знаете по данной теме, запишите в виде плана или тезисов;
- 3) подготавливая ответ по теме, выделите основные мысли в виде тезисов и подберите к ним в качестве доказательства главные факты, ответ должен быть кратким и содержательным;
- 4) разумно используйте консультации, подготовьте конкретные вопросы, вызвавшие затруднения в ходе самостоятельной работы;
- 5) взвешенная самооценка – ценный ресурс, избегайте как излишней самоуверенности, так и недооценки своих способностей и знаний;
- 6) связывайте свои знания по предмету с современностью, с практикой, с другими дисциплинами;
- 7) получив вопрос к зачету, обдумайте его, уточните смысл, набросайте план ответа;
- 8) отвечая, свободно излагайте вопрос, демонстрируйте общую и специальную эрудицию.

**10. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ
ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО
ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ
ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ
СИСТЕМЫ**

№ п/п	Название программы/Системы	Описание программы/Системы
1.	http://consultant.ru/	справочно-информационная система Консультант Плюс
2.	http://garant.ru/	справочно-информационная система «Гарант».

**11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ
ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Лекционные и практические занятия проводятся в аудиториях, оснащенных презентационным оборудованием (компьютер, имеющий выход в Интернет, мультимедийный проектор, экран, акустические системы), доской, рабочими учебными столами и стульями.

При необходимости занятия проводятся в компьютерных классах, оснащенных доской, экраном, рабочими учебными столами и стульями, персональными компьютерами, объединенными в локальные сети с выходом в Интернет, с установленным лицензионным программным обеспечением, с подключенным к ним периферийным устройством и оборудованием (мультимедийный проектор, акустическая система и пр.).

При проведении практических занятий с использованием индивидуальных учебных заданий студенты должны быть обеспечены калькуляторами.

Для лиц с ОВЗ. В учебных помещениях возможно оборудование специальных учебных мест, предполагающих увеличение размера зоны на одно место с учетом подъезда и разворота кресла-коляски, увеличения ширины прохода между рядами столов. В аудитории хорошее освещение, в соответствии с требованиями СЭС.

В случае обучения слабослышащих обучающихся аудитории по необходимости оборудуются аудиотехникой (микрофонами, динамиками, наушниками или головными телефонами, диктофонами).

12. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» используются следующие образовательные технологии.

1. Стандартные методы обучения:

- лекции, в т.ч. с использованием мультимедийных презентаций;
- практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;
- письменные или устные домашние задания;
- аудиторские контрольные работы;
- практические задания;
- консультации преподавателей;
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение письменных/устных заданий, работа с литературой.

2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- интерактивные лекции;
- ролевая игра;

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

- групповые дискуссии и проекты;
- обсуждение подготовленных студентами эссе;
- обсуждение результатов работы студенческих исследовательских групп;
- решение ситуационных задач;
- участие в конференциях;
- тестирование.

Приложение №1 к разделу № 6
Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине (модулю)
6.1 ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ
ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ПРОГРАММЫ

Этапами формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы являются семестры.

№ п/п	Код формируемой компетенции и ее содержание	Этапы (семестры) формирования компетенции в процессе освоения ОПОП		
		Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1 семестр	-	2 курс

6.2 ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ
КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ,
ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

В зависимости от количества баллов оценивание компетентности студента оценивается по уровням: от 3 до 4 баллов – «минимальный уровень», от 5 до 7 баллов – «базовый уровень», от 8 до 9 баллов – «высокий уровень».

Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
Понимание смысла компетенции	Имеет базовые общие знания в рамках диапазона выделенных задач (1 балл)	Минимальный уровень
	Понимает факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах области исследования. В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать информацию (2 балла)	Базовый уровень
	Имеет фактические и теоретические знания в пределах области исследования с пониманием границ применимости (3 балла)	Высокий уровень
Освоение компетенции в рамках изучения дисциплины	Наличие основных умений, требуемых для выполнения простых задач. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной (выделенной) задаче (1 балл)	Минимальный уровень
	Имеет диапазон практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования. В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать информацию (2 балла)	Базовый уровень
	Имеет широкий диапазон практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем. Способен выявлять проблемы и уметь находить способы решения, применяя современные методы и технологии (3 балла)	Высокий уровень

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Способность применять на практике знания, полученные в ходе изучения дисциплины	Способен работать при прямом наблюдении. Способен применять теоретические знания к решению конкретных задач (1 балл)	Минимальный уровень
	Может взять на себя ответственность за завершение задач в исследовании, приспосабливает свое поведение к обстоятельствам в решении проблем. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем, не выделяет типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы (2 балла)	Базовый уровень
	Способен контролировать работу, проводить оценку, совершенствовать действия работы. Умеет выбрать эффективный прием решения задач по возникающим проблемам (3 балла)	Высокий уровень

Шкала оценки письменных ответов по дисциплине

№ п/п	Оценка за ответ	Характеристика ответа
1	Отлично	Материал раскрыт полностью, изложен логично, без существенных ошибок, выводы доказательны и опираются на теоретические знания Количество баллов за освоение компетенций от 8 до 9
2	Хорошо	Основные положения раскрыты, но в изложении имеются незначительные ошибки выводы доказательны, но содержат отдельные неточности Количество баллов за освоение компетенций от 5 до 7
3	Удовлетворительно	Изложение материала не систематизированное, выводы недостаточно доказательны, аргументация слабая. Количество баллов за освоение компетенций от 3 до 4
4	Неудовлетворительно	Не раскрыто основное содержание материала, обнаружено не знание основных положений темы. Не сформированы компетенции, умения и навыки. Количество баллов за освоение компетенций менее 3 Ответ на вопрос отсутствует

Шкала оценки в системе «зачтено – не зачтено»

№ п/п	Оценка за ответ	Характеристика ответа
	Зачтено	Достаточный объем знаний в рамках изучения дисциплины В ответе используется научная терминология. Стилистическое и логическое изложение ответа на вопрос правильное Умеет делать выводы без существенных ошибок Владеет инструментарием изучаемой дисциплины, умеет его использовать в решении стандартных (типовых) задач. Ориентируется в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине. Активен на практических (лабораторных) занятиях, допустимый уровень культуры исполнения заданий. Количество баллов за освоение компетенций от 3 до 9
2	Не зачтено	Не достаточно полный объем знаний в рамках изучения дисциплины В ответе не используется научная терминология. Изложение ответа на вопрос с существенными стилистическими и логическими ошибками. Не умеет делать выводы по результатам изучения дисциплины Слабое владение инструментарием изучаемой дисциплины, не компетентность в решении стандартных (типовых) задач. Не умеет ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине. Пассивность на практических (лабораторных) занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий. Не сформированы компетенции, умения и навыки. Количество баллов за освоение компетенций менее 3. Отказ от ответа или отсутствие ответа.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие оценочные средства:

<i>Категории студентов</i>	<i>Виды оценочных средств</i>	<i>Форма контроля и оценки результатов обучения</i>
С нарушением слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
С нарушением зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушением опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету	Организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, письменная проверка

Студентам с ограниченными возможностями здоровья увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается индивидуальная учебная работа (консультации), то есть дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы.

6.3 ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Этап формирования компетенций в процессе изучения дисциплины характеризуется следующими типовыми контрольными заданиями

Типовые контрольные вопросы для подготовки к зачету при проведении промежуточной аттестации по дисциплине

1. Зарубежные представители социологии массовой коммуникации и их вклад в изучение средств массовой коммуникации
2. Отечественные представители социологии массовой коммуникации и их вклад в изучение средств массовой коммуникации
3. Массовая коммуникация как социальный институт. Функции массовой коммуникации
4. Структура массовой коммуникации
5. Массовая коммуникация в информационном обществе
6. Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства: модель независимой прессы, модель социальной ответственности, модель демократического представительства
7. Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства: советская модель, авторитарная и модель развития
8. Социологическое исследование: понятие, виды, этапы
9. Выборочный метод в социологическом исследовании
10. Опрос как основной метод сбора информации в социологическом исследовании
11. Анализ и обработка результатов социологического исследования
12. Технологии проведения online-исследований
13. Понятие, виды и техника проведения контент-анализа
14. Проведение контент-анализа и обработка результатов
15. Преимущества контент-анализа по сравнению с другими методами исследования
16. Содержание понятий общественное мнение, общественное сознание
17. Влияние СМИ на общественное мнение
18. Политическая коммуникация

19. СМИ как инструмент политических манипуляций
20. Эффекты массовой коммуникации
21. Факторы, влияющие на эффективность восприятия информации
22. Технологические и социальные революции, как факторы изменений в СМИ
23. Понятие и применение электронной демократии
24. Факторы отбора информации в реальной деятельности информационных органов (профессиональные факторы, факторы групп интересов)
25. Динамика представлений о роли МК в жизни индивида и общества
26. СМИ как «Четвертая власть»
27. Проблема свободы в СМИ
28. Социальная ответственность СМИ и власти
29. Понятие информационной безопасности
30. Электронные способы измерения аудитории
31. Проблема рейтинга аудитории
32. Взаимодействие межличностной и массовой коммуникаций в процессе общественного мнения
33. Профессиональные требования к публикации опросов
34. СМИ в избирательной кампании
35. Современные тенденции мирового рынка печатной прессы
36. Глобализация информационных процессов
37. Выделите социологию МК в системе социологического знания
38. Представьте теории, проблемы и направления изучения массовой коммуникации на современном этапе
39. Определите основные понятия и исследовательские категории аудитории средств МК
40. Представьте технологию социологического исследования массовой аудитории
41. Представьте основные направления применения контент-анализа, как формализованного метода изучения текстовой информации
42. Оцените роль коммуникации в механизме обеспечения устойчивости социума
43. Выделите социальные условия возникновения и активного функционирования рекламы в обществе
44. Выделите особенности рекламы в различных СМИ
45. Выделите особенности PR в различных СМИ
46. Представьте механизм исследования целевой аудитории
47. Оцените влияние рейтинга общественного мнения на процесс принятия решения индивида
48. Выделите основные тенденции в организации телевидения и радиовещания
49. Покажите связь социологии массовых коммуникаций с другими областями социологии
50. Обоснуйте самостоятельность социологии массовых коммуникаций как области социологии
51. Раскройте связь развития массовых коммуникаций и рекламы с процессом информатизации общества
52. Приведите примеры проблемных ситуаций и постановки задач исследования
53. Приведите примеры использования результатов социологического исследования
54. Приведите примеры вопросов анкеты социологического исследования разных типов
55. Приведите примеры формулировки вопросов анкеты социологического исследования составляющие социально-демографический блок
56. Перечислите возможности различных программ для анализа данных.

Критерии оценки изложены в шкале оценки для проведения промежуточной аттестации по дисциплине в п.6.2.

Типовые практические задачи (задания, тесты) билетов для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

ИТОГОВЫЙ ТЕСТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ВАРИАНТ 1

Тесты	Контролируемые компетенции
<p>1. <i>Массовая коммуникация — это:</i></p> <p>а) систематическое распространение сообщений через печать, телевидение, радио, кино, звукозапись, видеозапись среди численно рассредоточенной аудитории;</p> <p>б) средства общения, взаимодействия, включая печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, видео и аудио, кино;</p> <p>в) вся сфера духовной (наука, искусство, литература) и духовно-практической (образование, воспитание, управление) деятельности</p>	УК-5
<p>2. <i>Социологическое изучение массовой коммуникации началось:</i></p> <p>а) в последней трети XIX в.;</p> <p>б) в 1920-е гг.;</p> <p>в) в 1960-е гг.</p>	УК-5

ВАРИАНТ 2

Тесты	Контролируемые компетенции
<p>1. <i>Укажите, когда в социологии организаций и общей организационной теории возникает школа социальных систем:</i></p> <p>а) 20–30 годы XX века;</p> <p>б) 30–40 годы XX века;</p> <p>в) 40–50 годы XX века;</p> <p>г) 50–60 годы XX века.</p>	УК-5
<p>2. <i>Наиболее активно в современных условиях развиваются функции СМИ:</i></p> <p>а) информационные, развлекательные, а также те, которые обеспечивают художественные и рекламные коммуникации;</p> <p>б) аналитические, объективно отражающие условия жизни общества и помогающие личности, различным группам населения вырабатывать адекватное отношение к актуальным общественным явлениям;</p> <p>в) актуализации функций в современных условиях не происходит, они остались прежними.</p>	УК-5

Критерии формирования оценок по тестам

Оценка	Требования к знаниям
отлично	80%-100%
хорошо	65-80%
удовлетворительно	50-65%
неудовлетворительно	менее 50%

зачтено	50% и более
не зачтено	менее 50%

6.4 МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

**Форма билета для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
УРАЛЬСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
Образовательного учреждения профсоюзов
высшего образования
«АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ»**

*Социально - экономический факультет
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью»
Для всех форм обучения
Дисциплина: «Социология массовых коммуникаций»*

Билет к зачету № 1

1. Зарубежные представители социологии массовой коммуникации и их вклад в изучение средств массовой коммуникации.
2. Понятие информационной безопасности.

Утверждено на заседании кафедры ГЕМД, протокол от _____ № ____

Зав. кафедрой ГЕМД _____

Критерии оценки изложены в шкале оценки для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (п.6.2.).

Оценка сформированности компетенций

УК-5: СПОСОБЕН ВОСПРИНИМАТЬ МЕЖКУЛЬТУРНОЕ РАЗНООБРАЗИЕ ОБЩЕСТВА В СОЦИАЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКОМ, ЭТИЧЕСКОМ И ФИЛОСОФСКОМ КОНТЕКСТАХ

Задание 1. Напишите эссе на тему

Примерные темы эссе (Варианты 1-40)

1. Противоречивость развития массовой коммуникации в Российской Федерации.
2. Идея «нового мирового информационного порядка».
3. Средства массовой коммуникации в условиях зависимого развития.
4. Массовая коммуникация как подсистема общества.
5. Функции массовой коммуникации на индивидуальном и общественном уровнях.
6. Специфика функций отдельных средств массовой информации как следствие различий их выразительных средств.
7. Понятие «информационной безопасности» в системе национальной безопасности.

8. Государственная политика в области средств массовой информации в Российской Федерации.
9. Имидж политика через призму средств массовой информации.
10. Влияние форм собственности на функционирование информационных органов.
11. Концепция общественного вещания и его реальная практика в мире и Российской Федерации.
12. Взаимодействие массовой и межличностной коммуникации в процессе формирования и функционирования общественного мнения.
13. Роль средств массовой коммуникации в формировании гражданского общества в России.
14. Средства массовой информации как инструмент международной политики и наднационального контроля.
15. Профессиональные требования к проведению опросов общественного мнения и публикации итогов опросов.
16. Направления и школы в объяснении природы социальных проблем. Их достоинства и недостатки.
17. Конструктивизм и его основные понятия в исследованиях средств массовой коммуникации.
18. Главные социальные проблемы России на современном этапе развития.
19. Средства массовой информации: выразители или создатели социальных проблем?
20. Социальные условия возникновения и активного функционирования рекламы в обществе.
21. Влияние рекламы на общественные устои.
22. Особенности политической рекламы в средствах массовой информации.
23. Социологические исследования в области рекламы в средствах массовой информации.
24. Индексы эффективности массовой информации в рекламном деле.
25. Связи с общественностью в России: современные проблемы и тенденции развития.
26. Паблик рилейшнз и средства массовой информации принципы взаимосвязи.
27. Паблик рилейшнз и СМИ в политической сфере.
28. Взаимосвязь паблик рилейшнз и СМИ в государственной службе.
29. Паблик рилейшнз и СМИ в финансовой сфере.
30. Связи с общественностью и СМИ в сфере бизнеса.
31. Социологические исследования средств массовой информации в структуре ПР-деятельности: задачи, методы и функции.
32. Общемировые тенденции развития массовой коммуникации. Их специфика в российской действительности.
33. Региональные особенности СМИ в России.
34. Коммуникационное пространство в городе и сельской местности: сходства и различия.
35. Связи с общественностью и реклама в коммуникационном пространстве Пензенской области.
36. Особенности социологического изучения отдельных видов массовой коммуникации.
37. Средства массовой информации в жизни индивида и общества.
38. Объективные и субъективные факторы обращения личности к средствам массовой коммуникации.
39. Интернет как социальное явление. Проблема социологического изучения места и роли Интернета в жизни современного общества.
40. Индексы эффективности периодических изданий и телеканалов.

**Задание 2. Подготовьте доклад по теме:
Темы докладов (Варианты 1-39)**

1. Определение основных понятий и исследовательских категории аудитории средств МК
2. Социологическое исследование: понятие, виды, этапы
3. Технологии социологического исследования массовой аудитории
4. Выборочный метод в социологическом исследовании
5. Опрос как основной метод сбора информации в социологическом исследовании
6. Анализ и обработка результатов социологического исследования
7. Понятие, виды и техника проведения контент-анализа
8. Основные направления применения контент-анализа, как формализованного метода изучения текстовой информации
9. Проведение контент-анализа и обработка результатов
10. Преимущества контент-анализа по сравнению с другими методами исследования
11. Содержание понятий общественное мнение, общественное сознание
12. Влияние СМИ на общественное мнение.
13. Социальные функции МК. Пропаганда социальных целей
14. Политическая коммуникация
15. СМИ как инструмент политических манипуляций
16. Соотношение социологического, психологического, культурологического и других подходов к изучению МК
17. Роль коммуникации в механизме обеспечения устойчивости социума
18. Технологические и социальные революции, как факторы изменений в СМК
19. Понятие и применение электронной демократии
20. Факторы отбора информации в реальной деятельности информационных органов (профессиональные факторы, факторы групп интересов)
21. Динамика представлений о роли МК в жизни индивида и общества
22. СМИ как «Четвертая власть»
23. Проблема свободы в СМИ
24. Социальная ответственность СМИ и власти
25. Понятие информационной безопасности
26. Социальные условия возникновения и активного функционирования рекламы в обществе
27. Механизм исследования целевой аудитории
28. Электронные способы измерения аудитории
29. Проблема рейтинга аудитории
30. Взаимодействие межличностной и массовой коммуникаций в процессе общественного мнения
31. Профессиональные требования к публикации опросов
32. Влияние рейтинга общественного мнения на процесс принятия решения индивида
33. Гендер: основные понятия
34. Гендерные неравенства и стереотипы
35. Гендерная проблематика масс-медиа и рекламы
36. СМИ в избирательной кампании
37. Современные тенденции мирового рынка печатной прессы
38. Тенденции в организации телевидения и радиовещания
39. Современное состояние медиарынка в России

Критерий оценки докладов

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Критерий	Требования к докладу
Знание и понимание теоретического материала	<ul style="list-style-type: none"> - рассматриваемые понятия определяются четко и полно, приводятся соответствующие примеры; - используемые понятия строго соответствуют теме; - самостоятельность выполнения работы
Анализ и оценка информации	<ul style="list-style-type: none"> - грамотно применяется категория анализа; - методологически верно проведены расчеты показателей; - умело используются приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений; - обоснованно интерпретируется текстовая информация; - дается личная оценка проблеме
Построение суждений	<ul style="list-style-type: none"> - изложение ясное и четкое; - приводимые доказательства логичны; - выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией; - приводятся различные точки зрения и их личная оценка (при необходимости); - общая форма изложения полученных результатов и их интерпретации соответствует жанру проблемной научной статьи
Оценка	Критерии оценки доклада
«отлично»	<ol style="list-style-type: none"> 1) студент легко ориентируется в содержании теоретического и аналитического материала, свободно пользуется понятийным аппаратом, обладает умением связывать теорию с практикой, высказывать и обосновывать свои суждения; 2) знает и правильно применяет формулы; 3) знает и правильно применяет нормативные документы; 4) решение аналитического (практического) задания записано понятно, аккуратно, последовательно; 5) подготовлен презентационный материал.
«хорошо»	<ol style="list-style-type: none"> 1) студент демонстрирует полное освоение теоретического и аналитического материала, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, осознанно применяет знания для решения практических задач, грамотно излагает свою позицию; 2) знает и применяет формулы и нормативные документы, но допускает небольшие неточности; 3) решение аналитического (практического) задания записано, но недостаточно аргументировано; 4) подготовлен презентационный материал, но недостаточно полный.
«удовлетворительно»	<ol style="list-style-type: none"> 1) студент демонстрирует неполное освоение теоретического и аналитического материала, плохо владеет понятийным аппаратом, плохо ориентируется в изученном материале, неуверенно излагает свою позицию; 2) знает отдельные формулы и нормативные документы, но допускает значительные неточности в их применении; 3) решение аналитического (практического) задания записано неверно, аргументация отсутствует; 4) не подготовлен презентационный материал.
«неудовлетворительно»	<ol style="list-style-type: none"> 1) студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл; 2) беспорядочно и неуверенно излагает материал, не может применять знания для решения практических задач; 3) решение аналитического (практического) задания записано неверно либо отсутствует; 4) не подготовлен презентационный материал.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№п/п	Подразделение	Фамилия	Подпись	Дата
1	Кафедра ГЕМД	И.О. Тимофеева		10.06.2020
2	Библиотека	Г.В. Шпакова		10.06.2020
3	УМО	М.О. Дерябичева		10.06.2020