Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет маркетинга, рекламы и сервиса

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры рекламы и связей с общественностью

Протокол от «04» сентября 2017 г.

№ 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.15 Социология массовых коммуникаций

направление подготовки
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере"

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора - 2017

Москва, 2017 г.

Автор–составитель:

К.с.н., доцент И.М. Маркин

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью, д-р филол. наук, профессор Евстафьев В.А.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.Б.15 «Социология массовых коммуникаций» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом этапа:

Код компетенции	**Наименование компетенции**	**Код этапа освоения компетенции**	**Наименование этапа освоения компетенции**
ОПК-5	Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;	ОПК-5.3.	Способность использовать социологическое и психологическое знание для эффективного управления массовыми коммуникациями

1.2. В результате освоения дисциплины Б1.Б.15 «Социология массовых коммуникаций» у студентов должны быть сформированы:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ОПК – 5.3.	**на уровне знаний:** знает базовые социологические теории массовых коммуникаций, медиа и информационного общества. **на уровне умений:** использовать социологические теории и исследования при решении прикладных задач управления массовыми коммуникациями. **на уровне навыков:** применение социологической методологии при исследовании массовых коммуникаций

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программ

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.15 «Социология массовых коммуникаций» изучается в 4 семестре очной формы обучения в соответствии с учебным планом, общая трудоемкость дисциплины – 2 зачетные единицы.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области рекламы и связей с общественностью, а также на приобретенные ранее умения и навыки в области социологии и основ коммуникации.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплин: Б1.Б.8 «Социология», Б1.Б.7 «Психология», Б1.Б1. «История», Б.Б.27 «История рекламы», Б.Б. «Теория и практика массовых коммуникаций».

40 академических часов выделено на контактную работу с преподавателем и 32 часа на самостоятельную работу обучающихся.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

Таблица 1.

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		**Объем дисциплины, час.**		
		Всего	**Семестр**	
			4	5
Очная форма обучения				
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		***40***	***40***	
лекционного типа (Л)		***20***	***20***	
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)				
практического (семинарского) типа (ПЗ)		***20***	***20***	
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		***32***	***32***	
Промежуточная аттестация	**форма**	***зачет***	***зачет***	
	час.			
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		***72/2***	***72/2***	

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

Структура дисциплины

Таблица 2.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации*
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	История социологии массовой коммуникации	26	8		8		10	Т
Тема 2	Эффекты воздействия масс-медиа	22	6		4		12	Т
Тема 3	Социологические исследования средств массовой коммуникации	24	6		8		10	КР
Промежуточная аттестация								Зачет
	Всего:	**72**	**20**		**20**		**32**	

Примечание:
** Тестирование – Т, командная работа - КР*

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем
Тема 1	История социологии массовой коммуникации	Коммуникация, массовая коммуникация, массовое общество, толпа, публика, аудитория, протокомуникативистика, Чикагская школа, Франкфуртская школа, Торонтская школа, Российские исследования СМК, Вклад французских философов в исследования СМК(постмодерн), Анненбергская школа, Бирмингемская школа, Glasgow Media Group, Ж. Бодрийяр: коды и «симулякры» Ж.-Ф. Лиотар: распад метаповествований.
Тема 2	Эффекты воздействия масс-медиа	Спираль молчания, усталость сострадать, повестка дня, конструирование социальных проблем, общественное мнение, выборочное восприятие информации, теория «разрывов в знании», медиаметрия, общественное мнение.
Тема 3	Социологические исследования средств массовой коммуникации	Прикладная социология, теория среднего уровня, кабинетные исследования, полевые исследования, количественные исследования, качественные исследования, обработка массивов данных, аналитические отчеты.

4.Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Социология массовых коммуникаций» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:
– при проведении занятий лекционного типа:
Основной формой контроля является написание рефератов и эссе по пройденным темам.

– при проведении занятий семинарского типа:
тестирование – первое тестирование проводится по окончанию лекционных занятий, второе перед сдачей зачета
командная работы – студенты в малых группах проводят социологическое исследования массовых коммуникаций.

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств): устное собеседование.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Тесты

***1. Массовая коммуникация – это*:**
а) систематическое распространение сообщений через печать, телевидение, радио, кино, звукозапись, видеозапись среди численно рассредоточенной аудитории;
б) средства общения, взаимодействия, включая печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, кино и др.;
в) вся сфера духовной (наука, искусство, литература) и духовно-практической (образование, воспитание, управление) деятельности.

2. Пресс-релиз – это:
а) аналитический отчет по материалам, опубликованным в прессе;
б) информационное сообщение для публикации в прессе;
в) список представителей прессы, приглашенных на пресс-конференцию.

3.Кто впервые заговорил о том, что способ коммуникации определяет текущую эпоху?
а) Мануэль Кастельс
б) Маршал Маклюэн
в) Пол Лазарсфельд
г) Гарольд Ининс

***4.Изучаемая часть объектов генеральной совокупности, выбранная таким образом, что в ней воспроизводятся признаки и характеристики целого, – это*:**
а) выборка;
б) квантификация;
в) корреляция.

***5. Первичной информацией называется*:**
а) информация, которая только что опубликована в СМИ;
б) информация, которая выявляется в процессе наблюдения и опроса;
в) опрос, проводимый в специально оборудованных кабинетах.

***6. Открытый вопрос в анкете – это*:**
а) вопрос, при обсуждении которого анкетируемые не пришли к единому мнению;
б) вопрос, предусматривающий все возможные варианты ответов;
в) вопрос, не содержащий готовых вариантов ответов.

***7. В обществе массовая коммуникация выполняет следующие наиболее значимые функции*:**
а) наблюдения за окружающим миром;
б) конструктивную;
в) развлечения массовой аудитории;
г) гносеологическую;
д) экономическую.

8. Дайте определение коммуникации:
а) коммуникация – это информационная связь;
б) коммуникация – это взаимодействие различных приемных и передающих устройств;
в) коммуникация – это процесс взаимодействия и способ общения, позволяющий создавать, передавать и принимать разнообразную информацию;
г) коммуникация – это СМК и СМИ.

***9. Социология массовой коммуникации изучает*:**
а) процессы функционирования и развития средств массовой коммуникации, социальную обусловленность и последствия их деятельности;
б) общество в целом со всеми его законами развития и функционирования;
в) специфику общества и социальных отношений.

***10. Отечественным автором термина «общественное мнение» является*:**
а) Т. М. Дридзе;
б) Б. А. Грушин;
в) В. В. Демидов;
д) В. А. Ядов.

Социологическое исследование каналов массовой коммуникации

Студенты формируют группы и группах проводят социологическое исследование на предмет изучения каналов массовой коммуникации, его состояния, перспектив и тд. Работа предусматривает непосредственное социологическое исследование в виде опроса, анкетирования или глубинного интервью. По результатам работы происходит защита проекта.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.
4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-5	Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	ОПК-5.3.	Способность использовать социологическое и психологическое знание для эффективного управления массовыми коммуникациями

4.3.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап освоения компетенции	**Показатель оценивания**	**Критерий оценивания**
ОПК-5.3.	Знает базовые социологические теории массовых коммуникаций, медиа и информационного общества. Использует социологические теории и исследования при решении прикладных задач управления массовыми коммуникациями. Применяет социологическую методологию при исследовании массовых коммуникаций Знает основные свойства и законы психологических процессов, обеспечивающих эффективность воздействия массовой коммуникации; основные категории, функции и процессы массовой коммуникации; условия	Обобщен теоретический материал. Изложение теоретического материала носит аналитических характер. Правильно названы основные этапы развития социологической мысли с области массовых коммуникаций. Продемонстрировано знание основных понятий и терминов. Применен на практике базовый социологический инструментарий при изучении массовых коммуникаций. Названы и критически осмыслены основные психологические теории массовых коммуникаций; Применены психологические теории при анализе эффектов рекламы и PR;

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
	превращения коммуникации в массовую коммуникацию; психологические доминанты коммуникации. Использовать основные психологические методы изучения массовых коммуникаций; Определяет психологические факторы эффективного функционирования МК. Владеет навыками воздействия с помощью коммуникативного сообщения на целевую аудиторию; умением правильно выстаивать коммуникацию с потребителем на рынке; умением правильно выстаивать коммуникацию с потребителем на рынке.	Продемонстрировано знание и понимание психологического инструментария при разработки рекламных и PR-сообщений. Использованы знания в области психологии при конструировании рекламных и PR-сообщений; Разработан план коммуникационной кампании с учетом психологического аспекта

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

Вопросы промежуточной аттестации

1. Понятие СМК. Обзор существующих определений.
2. Социология массовых коммуникаций: предмет, методы, функции.
3. Характерные черты и особенности СМИ как социального института.
4. История теорий коммуникации. Современные концепции массовой коммуникации в работах зарубежных и российских исследователей.
5. Что такое массовое общество?
6. Что может и чего не может внушить реклама?
7. Почему сокращается аудитория традиционных СМИ?
8. В чем различия аудитории традиционных и новых СМИ? Каковы перспективы?
9. Характеризуют ли рейтинги запросы аудитории?
10. Как изучают аудиторию традиционных и новых СМИ?

Шкала оценивания студента

Оценка	Требования к знаниям
«зачтено»	Обобщен теоретический материал. Изложение теоретического материала носит аналитических характер. Правильно названы основные этапы развития социологической мысли с области массовых коммуникаций. Продемонстрировано знание основных понятий и терминов. Применен на практике базовый социологический инструментарий при изучении массовых коммуникаций.
«не зачтено»	В ответе существенные ошибки в основных аспектах темы.

4.4. Методические материалы

Занятия по дисциплине «Социология массовых коммуникаций» представлены следующими видами работы: лекции, практические, а также самостоятельной работой студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с базовыми социологическими теориями массовых коммуникаций, медиа и информационного общества и применяют социологические методологии при исследовании массовых коммуникаций.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся по вопросам, готовятся к семинарским занятиям, осуществляют подготовку к зачету.

Текущая аттестация по дисциплине «Социология массовых коммуникаций» проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Социология массовых коммуникаций» проводится в соответствии с Уставом Академии, Положением о промежуточной аттестации студентов по программам ВО. Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Учебным планом в форме зачета.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости на первом занятии, а также доводит до обучающихся информацию о результатах текущего контроля успеваемости во время аудиторных занятий и консультаций.

Текущий контроль успеваемости проводится в письменной и устной формах.

Практические занятия дисциплины «Социология массовых коммуникаций» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем формируемых знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

Вопросы для самопроверки

1. Этапы массового коммуникативного процесса.
2. Стадия отбора сообщений. Теория «привратника.
3. Субъекты и факторы влияния на отбор сообщений.
4. Теория формирования «повестки дня».
5. Фрейминг и методы формирования значимости сообщений. Особенности структуры сообщений в отечественных СМК. Теория культивации.
6. Роль телевидения как институционального рассказчика. Мэйнстрим как основной поток образов.
7. Теории воздействия СМК на аудиторию.
8. Теория зависимости СМК от потребностей аудитории.
9. Информационно-коммуникативные потребности людей.
10. Влияние жизненных стилей на восприятие информации.

Вопросы самостоятельного изучения

1. Возникновение массовых коммуникаций.
2. Функциональный подход.
3. Роль коммуникаций в обеспечении устойчивости социума.
4. Коммуникации как способ формирования целей развития.
5. Технологические и социальные революции как факторы изменений в средствах и функциях МК.
6. Коммуникации в условиях информационно-коммуникативного общества.
7. Глобализация массовой коммуникации.
8. Оформление массовой коммуникации как социального института.
9. Факторы отбора информации в деятельности информационных органов.
10. Виды СМК: печатные, электронные и «химические».
11. Профессиональные факторы и факторы групп интересов.
12. Деятельность СМК как реализация интересов разных социальных субъектов.

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Шарков Ф.И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации. Дашков и К, 2013. http://www.iprbookshop.ru/10932
2. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование. Дашков и К, 2015. http://www.iprbookshop.ru/14342
3. Исаков В.А. Эффективность массовых коммуникаций. Московский городской педагогический университет. 2011. http://www.iprbookshop.ru/26672

6.2. Дополнительная литература

1. Васильева Л.А. Ролевые функции СМИ в процессе политической мифологизации. Вузовское образование, 2015. http://www.iprbookshop.ru/39115

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. 1989
2. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход. СПб., 2001.

6.4. Нормативные правовые документы

Не используются.

6.5. Интернет-ресурсы

1. http://www.consultant.ru/ - Консультант плюс
2. http://www.garant.ru/ - Гарант

6.6. Иные источники

Не используются.

7.Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным

системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg

EBSCO Publishing

eLIBRARY.RU

Emerging Markets Information Service

Google Scholar (Google Академия)

IMF eLibrary

JSTOR

New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь

OECD iLibrary

Oxford Handbooks Online

Polpred.com Обзор СМИ

Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;

SCOPUS

Web of Science

Wiley Online Library

World Bank Elibrary

Архивы научных журналов NEICON

Интернет-сервис «Антиплагиат»

Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»

ЭБС Издательства "Лань"

ЭБС Юрайт

Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»