АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.15 Социология массовых коммуникаций

Автор:
К.с.н., доцент Маркин И.М.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Цель освоения дисциплины:

Способность использовать социологическое знание для эффективного управления массовыми коммуникациями

План курса:

№ 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.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины Б1.Б.15 «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.

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

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