

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Социология массовых коммуникаций

Авторы: К.с.н., доцент И.М. Маркин

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:

Сформировать способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых коммуникационных продуктах

План курса:

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем
Тема 1	История социологии массовой коммуникации	Коммуникация, массовая коммуникация, массовое общество, толпа, публика, аудитория, протокоммуникативистика, 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 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 окончании лекционных занятий, второе перед сдачей зачета;

командная работа – 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>