

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.26 Социология массовых коммуникаций

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

39.03.01 Социология

Направленность (профиль)

39.03.01 Социология

Форма обучения

очная

Год набора

2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

Доцент, Стариков П.А.

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Курс направлен на формирование знаний относительно функционирования института СМК, отдельных звеньев коммуникативного процесса, методов и техник проведения социологических исследований в данной области. Научить использовать основные методы социологического исследования, специальные процедуры, применяемые для сбора, анализа и оценки качества социологических данных в рекламе и СО.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачей изучения дисциплины является:

освоение современных представлений о функциях и структуре СМИ в современном мире, основных теоретических концепций социологии массовой коммуникации и социологии рекламы;

овладение навыками анализа социальных процессов, связанных с массовой коммуникацией, применения соответствующих техник исследования составляющих коммуникации.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ОПК-4: Способен выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований	
ОПК-4.1: Знает: общие принципы и подходы к изучению запросов и потребностей аудитории, методы и техники определения задач в профессиональной деятельности с учётом запросов и потребностей аудитории.	общие принципы и подходы к изучению запросов и потребностей аудитории, методы и техники определения задач в профессиональной деятельности с учётом запросов и потребностей аудитории
ОПК-4.2: Умеет исследовать социальные проблемы и проводить их анализ.	исследовать запросы и потребности аудитории и проводить их анализ
ОПК-4.3: Владеет методами и приемами изучения социальных проблем, навыками постановки задач в профессиональной деятельности с учётом особенностей современного общества.	методами и приемами изучения запросов и потребностей аудитории, навыками постановки задач в профессиональной деятельности с учётом запросов и потребностей аудитории

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	2 (72)	
занятия лекционного типа	1 (36)	
практические занятия	1 (36)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1 (36)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	
Промежуточная аттестация (Экзамен)	1 (36)	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Модуль 1. Теоретико-методологические основы изучения массовой коммуникации.									
	1. 1. Массовая коммуникация как предмет социологического анализа. 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. 3. Концепция идеологии в методологии анализа массовой коммуникации. 4. Критическая традиция анализа массовой коммуникации. 5. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе. 6. Становление информационного общества 7. СМК и особенности коммуникации в современном обществе.	18							

<p>2. 1. Массовая коммуникация как предмет социологического анализа. 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. 3. Концепция идеологии в методологии анализа массовой коммуникации. 4. Критическая традиция анализа массовой коммуникации. 5. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе. 6. Становление информационного общества 7. СМК и особенности коммуникации в современном обществе.</p>			18					
<p>3. 1. Массовая коммуникация как предмет социологического анализа. 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. 3. Концепция идеологии в методологии анализа массовой коммуникации. 4. Критическая традиция анализа массовой коммуникации. 5. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе. 6. Становление информационного общества 7. СМК и особенности коммуникации в современном обществе.</p>							18	
2. Модуль 2. Исследования в рекламе и СО								

1. 1. Исследование эффектов массовой коммуникации 2. Исследования коммуникатора и аудитории массовой коммуникации. 3. Рейтинговые исследования 4. Основные показатели медиапланирования 5. Исследования рекламной коммуникации	18							
2. 1. Исследование эффектов массовой коммуникации 2. Исследования коммуникатора и аудитории массовой коммуникации. 3. Рейтинговые исследования 4. Основные показатели медиапланирования 5. Исследования рекламной коммуникации			18					
3. 1. Исследование эффектов массовой коммуникации 2. Исследования коммуникатора и аудитории массовой коммуникации. 3. Рейтинговые исследования 4. Основные показатели медиапланирования 5. Исследования рекламной коммуникации							18	
4.								
Всего	36		36				36	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Набокова Л. С., Ноздренко Е. А., Набоков И. А. Теория и практика массовой информации: учебное пособие(Красноярск: СФУ).
2. Передня Д. Г. Социология рекламной деятельности: Учебное пособие (Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
3. Гуревич С. М. Экономика средств массовой информации(Москва: Издательство им.Сабашниковых).
4. Докторов Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США. История зарождения. Судьбы творцов: [монография](Москва: Директ-Медиа).
5. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации: учебное пособие для вузов по направлению подготовки 032700 - "Филология"(Москва: Флинта).
6. Логвинов А.М. Социология рекламной деятельности: учебное пособие (Красноярск: Поликом).
7. Соколова Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование: учеб. - метод. пособие(Красноярск: СФУ).
8. Феньвеш Т. А., Стариков П. А., Немировский В. Г., Петерсон И. Р., Труфанов Д. О., Павлов А. П., Новиков А. С., Цареградский В. Г., Львов Д. В. Рекомендации по выполнению самостоятельных работ: учеб.- метод. пособие [для студентов спец. 030602.65 «Связи с общественностью», 040201.65 «Социология», напр. 040100.62 «Социология», 031600.62 «Реклама и связи с общественностью», 040100.68 «Социология»](Красноярск: СФУ).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. -Windows 7,
2. -Winrar или Winzip,
3. -Ms. Office 7,
4. -Adobe Photoshop CS3,
5. -Corel Draw 4,
6. -Statistica 10,
7. -Adobe Flash 3.

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Сайт библиотеки СФУ. Режим доступа: <http://bik.sfu-kras.ru/>
2. Электронный каталог библиотеки СФУ. Режим доступа: <http://catalog.sfu-kras.ru/>

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU:
<http://elibrary.ru/defaultx.asp>
4. Базы данных Интегрум: <http://www.integrumworld.com/rus/services.html>

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Университет располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа университет располагает демонстрационным оборудованием и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующим рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронной библиотеке СФУ. Библиотечный фонд укомплектован в соответствии с требованиями ФГОС ВО. В образовательном процессе используются информационные ресурсы и базы данных, электронные мультимедийные комплексы, учебники и учебные пособия, активные и практико-ориентированные методы и технологии обучения. Имеется стопроцентный доступ к электронной библиотечной системе. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда СФУ обеспечивает возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, как на территории образовательной организации, так и вне ее.

В распоряжении обучающихся имеются учебные аудитории, оборудованные стационарными мультимедийным оборудованием, электронными досками; компьютерный класс на 20 мест, объединенных в локальную сеть, подключенный к Internet. Обучающиеся имеют возможность оперативно обмениваться информацией с отечественными и зарубежными вузами, а также, используя электронную систему электронных образовательных ресурсов СФУ на базе Moodle, обучаться в удаленном режиме. При обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями обеспечены возможности равного доступа к материально-технической базе университета.