

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и связи с общественностью

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очно-заочная

Рабочая программа дисциплины
СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

| | |
|--|---|
| Блок: | Блок 1 «Дисциплины (модули)» |
| Часть образовательной программы: | Часть, формируемая участниками образовательных отношений |
| № дисциплины по учебному плану: | Б1.Ч.14 |
| Трудоемкость в зачетных единицах: | 8 семестр - 5; |
| Часов (всего) по учебному плану: | 180 часов |
| Лекции | 8 семестр - 32 часа; |
| Практические занятия | 8 семестр - 32 часа; |
| Лабораторные работы | не предусмотрено учебным планом |
| Консультации | 8 семестр - 2 часа; |
| Самостоятельная работа | 8 семестр - 113,5 часов; |
| в том числе на КП/КР | не предусмотрено учебным планом |
| Иная контактная работа | проводится в рамках часов аудиторных занятий |
| включая: Тестирование Доклад Домашнее задание Индивидуальный проект | |
| Промежуточная аттестация: | |
| Экзамен | 8 семестр - 0,5 часа; |

Москва 2021

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

(должность)

| | | |
|--|--|--------------------------------|
| | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» | |
| | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ | |
| | Владелец | Селиванова З.К. |
| | Идентификатор | R53ca486b-SelivanovaZK-79680d7 |

(подпись)

З.К. Селиванова

(расшифровка подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной программы

(должность, ученая степень, ученое звание)

| | | |
|--|--|--------------------------------|
| | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» | |
| | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ | |
| | Владелец | Рашитова Л.К. |
| | Идентификатор | Ra58dc913-RashitovaLK-525eb79f |

(подпись)

Л.К. Рашитова

(расшифровка подписи)

Заведующий выпускающей
кафедры

(должность, ученая степень, ученое звание)

| | | |
|--|--|--------------------------------|
| | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» | |
| | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ | |
| | Владелец | Гаврилова Ю.В. |
| | Идентификатор | R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5 |

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка подписи)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: системное рассмотрение отдельных аспектов массовой коммуникации в свете различных теоретических подходов и научно-исследовательских школ, привлечение и анализ для этого материалов новейших социологических исследований в данной области, освоение соответствующего социологического инструментария для самостоятельной аналитической работы

Задачи дисциплины

- ознакомиться с основными этапами возникновения научного знания о массовой коммуникации, а также исторически заданными особенностями коммуникативных взаимодействий, обусловленными динамикой развития и формами организации человеческих сообществ;

- дать характеристику внутренней организации процесса массовой коммуникации, принципам и закономерностям его развития, подчеркнуть неотделимость массовой коммуникации от процессов социального взаимодействия и воздействия государственных и общественных структур;

- формирование представления о массовых коммуникациях как социальном институте, определить основные субъекты массовой коммуникации, их роль и функции, оценить место и роль СМИ в массовой коммуникации и социальной структуре общества в целом;

- знакомство с социологическими методами мониторинга качественных и количественных характеристик основных звеньев коммуникативной цепи;

- рассмотрение места социологических исследований СМК в процессе принятия решения в сфере деятельности по связям с общественностью.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Запланированные результаты обучения |
|--|---|--|
| УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | ИД-1 _{УК-4} Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке | знать: - основные категории социологии массовых коммуникаций, методы социологического исследования. уметь: - подготовить программу социологического исследования, организовать и провести анкетирование, подготовить отчет с анализом полученных результатов с целью возможного использования в дальнейшей профессиональной деятельности; - способность подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа; - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке. |

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Запланированные результаты обучения |
|--|--|--|
| ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную коммуникационную стратегию и организовывать продвижение коммуникационного продукта в процессе ее реализации | ИД-З _{ПК-1} Применяет навыки организации системы продвижения коммуникационного продукта в рамках выбранной коммуникационной стратегии | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру взаимодействия СМИ и аудитории, характер коммуникационных связей в обществе как информационно-знаковых систем; - основные зарубежные и отечественные теоретические концепции массовых коммуникаций. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать теоретические знания в анализе текущих коммуникационных процессов в обществе, а также в совершенствовании профессионального мастерства; - выполнить задание по стратегической коммуникации как менеджер по связям с общественностью, разрабатывать и выбирать оптимальную PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации. |

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Реклама и связи с общественностью (далее – ОПОП), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Требования к входным знаниям и умениям:

- знать о кооперации с коллегами и работе в коллективе
- знать основные категории следующих дисциплин философии, социологии, теории коммуникации
- знать структуру общества и его основные структурные элементы, механизм их взаимодействия
- знать методы социально-гуманитарных наук.
- уметь осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке
- уметь использовать основные положения и методы социально-общественных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач
- уметь получать необходимую информацию в глобальной сети Интернет

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

| № п/п | Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации | Всего часов на раздел | Семестр | Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы | | | | | | | | | | Содержание самостоятельной работы/ методические указания | |
|-------|---|-----------------------|---------|--|-----|----|--------------|---|-----|----|----|-------------------|-----------------------------------|---|---|
| | | | | Контактная работа | | | | | | | СР | | | | |
| | | | | Лек | Лаб | Пр | Консультация | | ИКР | | ПА | Работа в семестре | Подготовка к аттестации /контроль | | |
| КПР | ГК | ИККП | ТК | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | |
| 1 | Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука | 24 | 8 | 4 | - | 4 | - | - | - | - | - | 16 | - | <p><u>Подготовка доклада, выступления:</u> Студенту необходимо провести самостоятельный поиск материалов и обзор литературных источников по выбранной теме, комплексно осветить вопрос в соответствии с темой выступления, подготовить презентацию для выступления на семинарском занятии. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. На каждое семинарское занятие студентам предлагаются темы докладов.</p> <p><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука"</p> <p><u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по</p> | |
| 1.1 | Наука, дифференциация наук, не-науки, псевдонауки | 12 | | 2 | - | 2 | - | - | - | - | - | - | 8 | | - |
| 1.2 | Историческая эволюция массовых коммуникаций | 12 | | 2 | - | 2 | - | - | - | - | - | - | 8 | | - |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
| | | | | | | | | | | | | | представленным письменным работам. <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "СМК как междисциплинарная наука" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], 26-88 [3], Гл. 1. |
| 2 | Средства массовых коммуникаций как социальный институт | 16 | 4 | - | 4 | - | - | - | - | - | 8 | - | <u>Подготовка доклада, выступления:</u> Студенту необходимо провести самостоятельный поиск материалов и обзор литературных источников по выбранной теме, комплексно осветить вопрос в соответствии с темой выступления, подготовить презентацию для выступления на семинарском занятии. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. На каждое семинарское занятие студентам предлагаются темы докладов. |
| 2.1 | Средства массовых коммуникаций как социальный институт и вид бизнеса | 16 | 4 | - | 4 | - | - | - | - | - | 8 | - | <u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному по разделу "Средства массовых коммуникаций как социальный институт". Студенты необходимо повторить теоретический материал, разобрать примеры и сделать выводы. <u>Самостоятельное изучение</u> |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|--|---|
| | | | | | | | | | | | | | | Повторение материала по разделу "Современные подходы к изучению массовой коммуникации" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 114-122 [6], Стр. 175, 230, 233-300 |
| 4 | Средства массовой коммуникации и государство | 18 | 4 | - | 4 | - | - | - | - | - | 10 | - | <u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Средства массовой коммуникации и государство" | |
| 4.1 | Средства массовой коммуникации и власть. Понятие «четвертой власти» | 18 | 4 | - | 4 | - | - | - | - | - | 10 | - | <u>Проведение исследований:</u> Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующие материалы: <u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Средства массовой коммуникации и государство" <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Средства массовой коммуникации и государство" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Подготовка доклада, выступления:</u> Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты: <u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Средства массовой коммуникации и" | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|
| | | | | | | | | | | | | | <p>государство" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам.</p> <p><u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u> Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы</p> <p><u>Подготовка курсового проекта:</u> Курсовой проект выполняется по индивидуальному заданию. В рамках работы необходимо рассчитать основные показатели работы оборудования, выбрать оптимальное решение. Курсовой проект предусматривает пояснительную записку с расчетами и графическую часть. В задание входит расчет следующих показателей:</p> <p><u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 204-225 [2], 106-120 [3], Гл. 7, 8, 11. [5], Стр. 29-54 [6], Стр. 156-164</p> |
| 5 | Механизмы социологического исследования и практического использования в СМК | 36 | 8 | - | 8 | - | - | - | - | - | 20 | - | <p><u>Проведение исследований:</u> Работа выполняется по индивидуальному заданию. Для проведения исследования применяется следующие материалы: Виды социологического исследования. Генеральная совокупность. Выборочная совокупность. Программа социологического исследования. подготовка отчета СИ.</p> |
| 5.1 | Социологическое исследование и его виды. | 18 | 4 | - | 4 | - | - | - | - | - | 10 | - | <p>Методы социологического исследования. Анализ документов. Наблюдение. Опрос. Социальный эксперимент. Социологический инструментарий</p> |
| 5.2 | Социологические исследования средств массовой информации в структуре PR-деятельности: задачи, методы, функции | 18 | 4 | - | 4 | - | - | - | - | - | 10 | - | <p><u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u> Проработка лекции, выполнение и</p> |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|------------------|-------|----|---|----|---|---|---|---|-----|-------|------|---|
| | | | | | | | | | | | | | подготовка к защите лаб. работы <u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Механизмы социологического исследования и практического использования в СМК" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Механизмы социологического исследования и практического использования в СМК" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Механизмы социологического исследования и практического использования в СМК" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], 328-375 [3], Гл. 14. |
| | Экзамен | 36.0 | - | - | - | - | 2 | - | - | 0.5 | - | 33.5 | |
| | Всего за семестр | 180.0 | 32 | - | 32 | - | 2 | - | - | 0.5 | 80 | 33.5 | |
| | Итого за семестр | 180.0 | 32 | - | 32 | 2 | - | - | - | 0.5 | 113.5 | | |

Примечание: Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПП – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

3.2 Краткое содержание разделов

1. Наука, не-наука, псевдонаука. СМК как междисциплинарная наука

1.1. Наука, дифференциация наук, не-науки, псевдонауки

Наука как сложный многоплановый комплекс наук. Дифференциация и интеграция науки. Отличие и сходство науки, не-науки, псевдонауки. Примеры науки, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука, как специальная отрасль социологической науки. Объект, предмет, основные категории, методы СМК..

1.2. Историческая эволюция массовых коммуникаций

Развитие коммуникаций. Этапы развития коммуникации в обществе. Виды коммуникации. Возникновение массовых коммуникаций в жизни общества: причины, этапы и тенденции эволюции. Основные особенности массовой коммуникации: публичный характер, открытость, асимметричность передающей и принимающей сторон, опосредованность контактов. Изменение структуры и функций массовой коммуникации в ходе развития общества. Технологические и социальные революции как факторы изменений в средствах и функциях массовой коммуникации. Техника и развитие коммуникации: массовая печать, радио, телевидение, Интернет. Современное общество как общество коммуникаций..

2. Средства массовых коммуникаций как социальный институт

2.1. Средства массовых коммуникаций как социальный институт и вид бизнеса

Социальные институты общества. История изучения социальных институтов. Признаки социальных институтов. СМК как социальный институт. Массовая коммуникация как система.. Влияние форм собственности на деятельность информационных органов. СМК как бизнес. Взаимоотношения СМК и бизнеса..

3. Современные подходы к изучению массовой коммуникации

3.1. Современные подходы к изучению массовой коммуникации

Современное состояние: набор рядоположенных теорий. Распад мейнстрима и обращение к широкому спектру социальных теорий и гуманитарного знания, выход за пределы социологии. Всплеск интереса к медиа-производству и медиа-контенту, к качественным методам и общей методологии гуманитарных наук. Структура мифа в семиологии: концепции К.Леви-Стросса и Р. Барта..

3.2. Современные теории о СМК.

Современные теории о СМК: В. Пропп, У. Эко, Дж. Фиске. Р. Барт и анализ коммерческой и политической рекламы: структуралистская концепция мифа. Постструктуралистское понимание текста Р. Бартом: «от структуре к игре». Постмодернизм как образ мыслей и культурная форма. «Общества спектакля» Г. Дебора: основные аспекты критики. Массовая коммуникация и гиперреальность: концепция Ж. Бодрийара. Ж. Бодрийар и его понимание масс-медиа в постмодернистской перспективе. Понятие гипертекста (У. Эко). «Масс медиа и культура» (Дж. Гербнер, К. и Г. Лэнг). «Масс медиа и коммуникационные технологии» (М. Маклюэн, О. Тоффлер, Д. Белл, З. Бжезинский). 80-90-ые годы «Информационное общество» (Дж. Бениджер, М. Кастельс). Гэй Такман «Делать новости: исследование по конструированию реальности» (конструктивизм), Джеймс Кэйри «Культурный подход к коммуникации» и др. Новые исследования аудитории (Кац-Либс, Лалл и др.). Теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса и ее возможности в анализе места и роли массовой коммуникации в современном обществе..

3.3. Перспективы развития теорий массовой коммуникации. Будущее СМК..

4. Средства массовой коммуникации и государство

4.1. Средства массовой коммуникации и власть. Понятие «четвертой власти»

Формы сосуществования государства и средств массовой коммуникации. Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства. Правительственные, оппозиционные и независимые СМИ.. Способы контроля над властью. Место прессы в способах контроля. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности. Понятие информационной безопасности..

5. Механизмы социологического исследования и практического использования в СМК

5.1. Социологическое исследование и его виды.

Виды социологического исследования. Генеральная совокупность. Выборочная совокупность. Программа социологического исследования. подготовка отчета СИ. Методы социологического исследования. Анализ документов. Наблюдение. Опрос. Социальный эксперимент. Социологический инструментарий.

5.2. Социологические исследования средств массовой информации в структуре PR-деятельности: задачи, методы, функции

Социологические исследования средств массовой информации в структуре PR-деятельности: задачи, методы, функции. Связи с общественностью и российские СМИ: проблема взаимоотношений (федеральный, региональный и местный уровень). Способы поддержки и обеспечения PR-технологий в средствах массовой информации.. Средства массовой информации как инструмент международной политики и наднационального контроля. Особенности изучения общественного мнения. Опросы общественного мнения в прессе и других средствах массовой информации..

3.3. Темы практических занятий

1. PR-деятельность в пространстве массовой коммуникации;
2. Социология массовой коммуникации, объект, предмет, методы, основные категории и особенности;
3. Средства массовых коммуникаций как социальный институт;
4. Современные теории, рассматривающие средства массовой коммуникации;
5. Средства массовой коммуникации и средства массовой информации;
6. Взаимодействие средств массовой коммуникации, власти и государства;
7. Социологическое исследование и его виды, методы;
8. Эволюция коммуникаций. Виды социальной коммуникации, признаки и отличия массовой коммуникации от других видов.

3.4. Темы лабораторных работ не предусмотрено

3.5 Консультации

Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука"

3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ

Курсовой проект/ работа не предусмотрены

3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

| Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1) | Коды индикаторов | Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1) | | | | | Оценочное средство (тип и наименование) |
|---|----------------------|---|---|---|---|---|--|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Знать: | | | | | | | |
| основные категории социологии массовых коммуникаций, методы социологического исследования | ИД-1 _{ук-4} | + | | | | + | Тестирование/Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука |
| структуру взаимодействия СМИ и аудитории, характер коммуникационных связей в обществе как информационно-знаковых систем | ИД-3 _{ПК-1} | + | + | | + | + | Домашнее задание/Стратегическая коммуникация |
| основные зарубежные и отечественные теоретические концепции массовых коммуникаций | ИД-3 _{ПК-1} | + | | + | | | Доклад/Современные подходы к изучению массовой коммуникации |
| Уметь: | | | | | | | |
| вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке | ИД-1 _{ук-4} | + | | | | + | Тестирование/Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука |
| способность подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа | ИД-1 _{ук-4} | + | | | + | + | Тестирование/Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука Доклад/Современные подходы к изучению массовой коммуникации |
| подготовить программу социологического исследования, организовать и провести анкетирование, подготовить отчет с анализом полученных результатов с целью возможного использования в дальнейшей профессиональной деятельности | ИД-1 _{ук-4} | | | | | + | Домашнее задание/Практическое использование социологического исследования в социологии массовой коммуникации Индивидуальный проект/Социологическое исследование и практическое использование в социологии массовой коммуникации |

| | | | | | | | |
|---|----------|--|--|---|---|---|---|
| <p>выполнить задание по стратегической коммуникации как менеджер по связям с общественностью, разрабатывать и выбирать оптимальную PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации</p> | ИД-3ПК-1 | | | + | + | + | <p>Доклад/Современные подходы к изучению массовой коммуникации</p> <p>Домашнее задание/Стратегическая коммуникация</p> |
| <p>использовать теоретические знания в анализе текущих коммуникационных процессов в обществе, а также в совершенствовании профессионального мастерства</p> | ИД-3ПК-1 | | | + | + | | <p>Домашнее задание/Практическое использование социологического исследования в социологии массовой коммуникации</p> <p>Домашнее задание/Стратегическая коммуникация</p> |

4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)

4.1. Текущий контроль успеваемости

8 семестр

Форма реализации: Выполнение задания

1. Социологическое исследование и практическое использование в социологии массовой коммуникации (Индивидуальный проект)

Форма реализации: Выступление (доклад)

1. Современные подходы к изучению массовой коммуникации (Доклад)

Форма реализации: Письменная работа

1. Стратегическая коммуникация (Домашнее задание)

Форма реализации: Проверка задания

1. Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука (Тестирование)
2. Практическое использование социологического исследования в социологии массовой коммуникации (Домашнее задание)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Экзамен (Семестр №8)

Итоговая оценка по курсу выставляется как среднеарифметическая: за КМ и оценка за защиту социологического исследования

В диплом выставляется оценка за 8 семестр.

Примечание: Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М. М. Назаров, Рос. акад. наук (РАН), Ин-т социологии Рос. акад. наук, Центр социолог. и политолог. образования Ин-та социологии РАН . – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Эдиториал УРСС, 2010 . – 360 с. - ISBN 978-5-397-01299-7 .;
2. Федотова, Л. Н. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" / Л. Н. Федотова . – СПб. : Питер, 2004 . – 397 с. – (Учебник для вузов) . - ISBN 5-272-00334-9 .;
3. Федотова, Л. Н. Социология массовой коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров вузов по гуманитарным направлениям и специальностям / Л. Н. Федотова . – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2014 . – 603 с. – (Бакалавр. Базовый курс) . - ISBN 978-5-9916-3195-2 .;
4. А. А. Горелов- "Основы социологии и политологии", (4-е изд., стер.), Издательство: "ФЛИНТА", Москва, 2018 - (417 с.)
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461008;>

5. Зубанова Л. Б.- "Рейтинговые исследования в социологии массовых коммуникаций",
Издательство: "ЧГИК", Челябинск, 2011 - (81 с.)
<https://e.lanbook.com/book/177695>;
6. Черных, А. И. Социология массовых коммуникаций : учебное пособие / А. И. Черных, Гос. ун-т - Высшая школа экономики . – М. : Изд-во ГУ ВШЭ, 2008 . – 451 с. - ISBN 978-5-7598-0482-6 ..

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Майнд Видеоконференции.

5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. База данных Scopus - <http://www.scopus.com>
5. Национальная электронная библиотека - <https://rusneb.ru/>
6. ЭБС "Консультант студента" - <http://www.studentlibrary.ru/>
7. Журнал Science - <https://www.sciencemag.org/>
8. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
9. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>
10. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
11. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
12. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
13. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
14. Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» - <https://openedu.ru>
15. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки - <https://obrnadzor>
16. Федеральный портал "Российское образование" - <http://www.edu.ru>
17. Информιο - <https://www.informio.ru/>
18. АНО «Россия – страна возможностей» - <https://rsv.ru/education/>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Тип помещения | Номер аудитории, наименование | Оснащение |
|---|-------------------------------|---------------------------|
| Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля | М-915, Учебная аудитория | стол, стул, доска меловая |
| | Ж-120, Машинный зал ИВЦ | сервер, кондиционер |
| Учебные аудитории для проведения практических занятий, | М-915, Учебная аудитория | стол, стул, доска меловая |
| | Ж-120, | сервер, кондиционер |

| | | |
|---|--|---|
| КР и КП | Машинный зал ИВЦ | |
| Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации | М-915, Учебная аудитория | стол, стул, доска меловая |
| Помещения для самостоятельной работы | НТБ-303, Компьютерный читальный зал | стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер |
| Помещения для консультирования | М-909, Помещение кафедры «РСиЛ» | кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стол для работы с документами, стул, шкаф, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, стенд информационный |
| Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря | М-901а, Архивное помещение ГПИ | кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул |

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Социология массовых коммуникаций

(название дисциплины)

8 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука (Тестирование)
- КМ-2 Современные подходы к изучению массовой коммуникации (Доклад)
- КМ-3 Социологическое исследование и практическое использование в социологии массовой коммуникации (Индивидуальный проект)
- КМ-4 Практическое использование социологического исследования в социологии массовой коммуникации (Домашнее задание)
- КМ-5 Стратегическая коммуникация (Домашнее задание)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

| Номер раздела | Раздел дисциплины | Индекс КМ: | КМ-1 | КМ-2 | КМ-3 | КМ-4 | КМ-5 |
|---------------|---|------------|------|------|------|------|------|
| | | Неделя КМ: | 4 | 6 | 8 | 12 | 15 |
| 1 | Наука, не-науки, псевдонауки. СМК как междисциплинарная наука | | | | | | |
| 1.1 | Наука, дифференциация наук, не-науки, псевдонауки | | + | | | | |
| 1.2 | Историческая эволюция массовых коммуникаций | | + | + | | | + |
| 2 | Средства массовых коммуникаций как социальный институт | | | | | | |
| 2.1 | Средства массовых коммуникаций как социальный институт и вид бизнеса | | | | | | + |
| 3 | Современные подходы к изучению массовой коммуникации | | | | | | |
| 3.1 | Современные подходы к изучению массовой коммуникации | | | + | | + | + |
| 3.2 | Современные теории о СМК. | | | + | | | |
| 3.3 | Перспективы развития теорий массовой коммуникации. | | | + | | + | + |
| 4 | Средства массовой коммуникации и государство | | | | | | |
| 4.1 | Средства массовой коммуникации и власть. Понятие «четвертой власти» | | + | + | | + | + |
| 5 | Механизмы социологического исследования и практического использования в СМК | | | | | | |
| 5.1 | Социологическое исследование и его виды. | | + | + | + | + | |

| | | | | | | |
|------------|---|----|----|----|----|----|
| 5.2 | Социологические исследования средств массовой информации в структуре PR-деятельности: задачи, методы, функции | + | + | + | + | + |
| Вес КМ, %: | | 15 | 15 | 25 | 25 | 20 |