

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 продвижение СМИ

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: 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.01.02
Трудоемкость в зачетных единицах:	7 семестр - 5;
Часов (всего) по учебному плану:	180 часов
Лекции	7 семестр - 8 часов;
Практические занятия	7 семестр - 12 часов;
Лабораторные работы	не предусмотрено учебным планом
Консультации	7 семестр - 2 часа;
Самостоятельная работа	7 семестр - 156,2 часа;
в том числе на КП/КР	не предусмотрено учебным планом
Иная контактная работа	7 семестр - 1,5 часа;
включая: Тестирование Проверочная работа	
Промежуточная аттестация:	
Экзамен	7 семестр - 0,3 часа;

Москва 2020

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	Веселов А.А.
	Идентификатор	R29a5051c-VeselovAIA-96f1d661

(подпись)

А.А. Веселов

(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: изучение социологических аспектов массовых коммуникаций: история становления и методология научных традиций, современная характеристика массово-коммуникативного процесса

Задачи дисциплины

- изучение основных теорий и представлений о функционировании массовой коммуникации в современном обществе;
- выработка системного комплекса знаний о функционировании в современном обществе информационной индустрии как социального института;
- формирование представления о массовых коммуникациях как социальном институте;
- 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
ПК-3 способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	ИД-1 _{ПК-3} Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	знать: - особенности наук и псевдонаук. уметь: - использовать социологию массовой коммуникации в профессиональной деятельности; - эффективно использовать методику и технику проведения количественных и качественных социологических исследований в рамках подготовки, проведения и оценки PR и рекламных кампаний.
ПК-3 способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	ИД-3 _{ПК-3} Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	знать: - основные принципы и подходы в изучении аудиторий и рейтингов популярности СМИ. уметь: - использовать данные исследовательских кампаний в практической работе и оценивать качество информации, служащей базой для определения рейтингов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

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

Базируется на уровне среднего общего образования.

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	Дисциплинарная организация науки	24.50	7	2	-	2	-	0.2	-	0.30	-	20	-	<p><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Работа ориентирована на изучение литературных источников, конспектирование основных данных, прохождение пробных тестов по учебному материалу</p> <p><u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], стр.15-25</p> <p><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Работа ориентирована на изучение литературных источников, конспектирование основных данных, прохождение пробных тестов по учебному материалу</p> <p><u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], стр. 110-116</p> <p><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Работа ориентирована на изучение литературных источников, конспектирование основных данных, прохождение пробных тестов по учебному материалу</p> <p><u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], стр. 80-89</p> <p><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Работа ориентирована на изучение литературных источников, конспектирование основных данных, прохождение пробных тестов по</p>
1.1	Наука как процесс познания дисциплинарная организация науки	12.25		1	-	1	-	0.1	-	0.15	-	10	-	
1.2	Наука ненаука и псевдонаука	12.25		1	-	1	-	0.1	-	0.15	-	10	-	
2	Коммуникация	23.70		1.0	-	2	-	0.4	-	0.30	-	20	-	
2.1	Коммуникация и этапы развития коммуникации	11.85		0.5	-	1	-	0.2	-	0.15	-	10	-	
2.2	Теории модернизации и культурного медиаимпериализма	11.85		0.5	-	1	-	0.2	-	0.15	-	10	-	
3	Массовые коммуникации	24.20		1.5	-	2	-	0.4	-	0.30	-	20	-	
3.1	Виды и функции массовой коммуникации	12.35		1	-	1	-	0.2	-	0.15	-	10	-	
3.2	СМК объект предмет	11.85		0.5	-	1	-	0.2	-	0.15	-	10	-	
4	Средства массовой коммуникации. Массовая аудитория и СМИ	47.00 0		2.0	-	4	-	0.7	-	0.30 0	-	40	-	

4.1	Средства массовой коммуникации и типология СМК	11.67 5	0.5	-	1	-	0.1	-	0.07 5	-	10	-	учебному материалу <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], стр.55-69
4.2	Массовая аудитория и ее виды	11.67 5	0.5	-	1	-	0.1	-	0.07 5	-	10	-	
4.3	СМИ как социальный институт	11.77 5	0.5	-	1	-	0.2	-	0.07 5	-	10	-	
4.4	Общественное мнение	11.87 5	0.5	-	1	-	0.3	-	0.07 5	-	10	-	
5	Социологические исследования	24.60	1.5	-	2	-	0.3	-	0.30	-	20.5	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Работа ориентирована на изучение литературных источников, конспектирование основных данных, прохождение пробных тестов по учебному материалу
5.1	Социологическое исследование и его виды	11.85	0.5	-	1	-	0.2	-	0.15	-	10	-	
5.2	Методы социологического исследования	12.75	1	-	1	-	0.1	-	0.15	-	10.5	-	
	Экзамен	36.0	-	-	-	-	-	-	-	0.3	-	35.7	<u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], стр. 250-262
	Всего за семестр	180.000	8.0	-	12	-	2.0	-	1.500	0.3	120.5	35.7	
	Итого за семестр	180.000	8.0	-	12		2.0		1.500	0.3	156.2		

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. Дисциплинарная организация науки

1.1. Наука как процесс познания дисциплинарная организация науки
Наука как процесс познания. Этапы развития науки. Дисциплинарная организация науки.
Структура научного познания.

1.2. Наука ненаука и псевдонаука
Наука. Ненаука. Псевдонаука. Паранаука.

2. Коммуникация

2.1. Коммуникация и этапы развития коммуникации

Понятие социальной коммуникации: функциональный подход. Виды социальной коммуникации и признаки массовой коммуникации. Характеристики массовой и межличностной коммуникации. Этапы развития коммуникации.

2.2. Теории модернизации и культурного медиаимпериализма

Теории об оценке роли коммуникаций в современном мире (концепция модернизации – Э. Тоффлер, Г. Маркузе, Д. Белл и теория «культурного медиа империализма»). В процессах глобализации коммуникации играют огромную роль. Концепции модернизации критикуются теорией «культурного медиа империализма».

3. Массовые коммуникации

3.1. Виды и функции массовой коммуникации

Информационная функция. Функция социализации (десоциализации). Регулирующая функция. Культурологическая функция. Цель массовой коммуникации. Коммуникатор. Коммуникант. Стратегическая коммуникация. Обратная связь.

3.2. СМК объект предмет

Социология массовой коммуникации. Предмет социологии массовых коммуникаций. Объект социологии массовых коммуникаций.

4. Средства массовой коммуникации. Массовая аудитория и СМИ

4.1. Средства массовой коммуникации и типология СМК

Средства массовой коммуникации. Типология СМК. Средства передачи массовой информации.

4.2. Массовая аудитория и ее виды

Характеристики массовой аудитории как приемника информации. Виды массовой аудитории. Анализ аудиторий. Способы воздействия на аудиторию со стороны СМИ.

4.3. СМИ как социальный институт

Отличие СМК и СМИ. СМИ как социальный институт и его характеристики. Общество выступает как система социальных институтов. Государство и СМИ. Взаимоотношения СМК и государства регулируются законодательством. Идеология и пропаганда. Государственное регулирование СМИ.

4.4. Общественное мнение

Объект О.М. – это явления и события. Формирование О.М. Методы исследования О.М. Количественные методы направлены на измерение и соотношение выявленных в процессе качественных исследований факторов и характеристик.

5. Социологические исследования

5.1. Социологическое исследование и его виды

Виды исследований. Социологическое исследование состоит из пяти этапов. Элементарные процедуры анализа — классификация и группировка. Программа социологического исследования. Типы гипотез. Основные требования к формулированию гипотез.

5.2. Методы социологического исследования

Основные методы сбора социологической информации. Анализ документов. Наблюдение. Социальный эксперимент. Опрос.

3.3. Темы практических занятий

1. Псевдонаука;
2. Виды социальной коммуникации и признаки массовой коммуникации;
3. Социология массовой коммуникации;
4. Характеристики массовой аудитории как приемника информации.

3.4. Темы лабораторных работ

не предусмотрено

3.5 Консультации

Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Рассмотрение особенностей псевдонауки
2. Рассмотрение особенностей этапов развития коммуникации
3. Рассмотрение особенностей функции социализации (десоциализации)
4. Рассмотрение особенностей отличий СМК и СМИ
5. Рассмотрение особенностей основных методов сбора социологической информации

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:							
особенности наук и псевдонаук	ИД-1пк-3	+					Тестирование/Науки, не-науки, псевдонауки
основные принципы и подходы в изучении аудиторий и рейтингов популярности СМИ	ИД-3пк-3		+				Тестирование/Коммуникации. Социология массовой коммуникации
Уметь:							
эффективно использовать методику и технику проведения количественных и качественных социологических исследований в рамках подготовки, проведения и оценки PR и рекламных кампаний	ИД-1пк-3				+		Проверочная работа/Массовая аудитория и СМИ
использовать социологию массовой коммуникации в профессиональной деятельности	ИД-1пк-3					+	Проверочная работа/Социологические исследования
использовать данные исследовательских кампаний в практической работе и оценивать качество информации, служащей базой для определения рейтингов	ИД-3пк-3			+			Проверочная работа/Массовые коммуникации

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

4.1. Текущий контроль успеваемости

7 семестр

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Коммуникации. Социология массовой коммуникации (Тестирование)
2. Науки, не-науки, псевдонауки (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

1. Массовая аудитория и СМИ (Проверочная работа)
2. Массовые коммуникации (Проверочная работа)
3. Социологические исследования (Проверочная работа)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Экзамен (Семестр №7)

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ»

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

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. В. Д. Котов- "Кросс-культурные процессы и массовая коммуникация", Издательство: "Лаборатория книги", Москва, 2012 - (98 с.)
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140549>;
2. 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 ..

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей";
2. Office;
3. Windows;
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. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>

5. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>
6. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
7. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
8. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
9. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
10. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	Ж-417/6, Белая мультимедийная студия	стол компьютерный, доска интерактивная, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, компьютер персональный
	Ж-417/7, Световая черная студия	стул, компьютерная сеть с выходом в Интернет, микрофон, мультимедийный проектор, экран, оборудование специализированное, компьютер персональный
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	Ж-417/1, Компьютерный класс ИДДО	стол преподавателя, стол компьютерный, шкаф для документов, шкаф для одежды, стол письменный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная передвижная, компьютер персональный, принтер, кондиционер, стенд информационный
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	Ж-417/1, Компьютерный класс ИДДО	стол преподавателя, стол компьютерный, шкаф для документов, шкаф для одежды, стол письменный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная передвижная, компьютер персональный, принтер, кондиционер, стенд информационный
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	Ж-200б, Конференц-зал ИДДО	стол, стул, компьютер персональный, кондиционер
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	Ж-417 /2а, Помещение для инвентаря	стеллаж для хранения инвентаря, экран, указка, архивные документы, дипломные и курсовые работы студентов, канцелярский принадлежности, спортивный инвентарь, хозяйственный инвентарь, запасные комплектующие для оборудования

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ**Социология массовых коммуникаций**

(название дисциплины)

7 семестр**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:**

- КМ-1 Науки, не-науки, псевдонауки (Тестирование)
 КМ-2 Коммуникации. Социология массовой коммуникации (Тестирование)
 КМ-3 Массовые коммуникации (Проверочная работа)
 КМ-4 Массовая аудитория и СМИ (Проверочная работа)
 КМ-5 Социологические исследования (Проверочная работа)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
		Неделя КМ:	3	6	9	12	15
1	Дисциплинарная организация науки						
1.1	Наука как процесс познания дисциплинарная организация науки		+				
1.2	Наука ненаука и псевдонаука		+				
2	Коммуникация						
2.1	Коммуникация и этапы развития коммуникации			+			
2.2	Теории модернизации и культурного медиаимпериализма			+			
3	Массовые коммуникации						
3.1	Виды и функции массовой коммуникации				+		
3.2	СМК объект предмет				+		
4	Средства массовой коммуникации. Массовая аудитория и СМИ						
4.1	Средства массовой коммуникации и типология СМК					+	
4.2	Массовая аудитория и ее виды					+	
4.3	СМИ как социальный институт					+	
4.4	Общественное мнение					+	

5	Социологические исследования					
5.1	Социологическое исследование и его виды					+
5.2	Методы социологического исследования					+
Вес КМ, %:		20	15	15	35	15