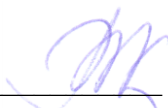




**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
ФГБОУ ВО «ИГУ»

**Кафедра рекламы**

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета бизнес-коммуникаций и информатики

  
В.К. Карнаухова

«20» мая 2020 г.

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

Наименование дисциплины (модуля) **Б1.О.15 Социология масс-медиа**  
*(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля)).*

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
*(код, наименование направления подготовки)*

Направленность (профиль) подготовки: **Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

Квалификация выпускника –бакалавр

Форма обучения: заочная  
*(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)\*, очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)\*)*

Согласовано с УМК факультета  
бизнес-коммуникаций и информатики

Рекомендовано кафедрой рекламы :

Протокол № 10 от «20» мая 2020 г.

Протокол № 8 от «12» мая 2020 г.

Председатель  В.К. Карнаухова

зав. кафедрой  В.Ю. Рабинович

## СОДЕРЖАНИЕ

стр.

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО .....	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	3
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	3
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРСотведенного на них количества академических часов.....	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	4
4.3 Содержание учебного материала .....	4
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ .....	5
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов.....	5
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов .....	6
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов).....	14
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	14
а) основная литература.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
б) дополнительная литература .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы .....	14
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	15
6.1. Учебно-лабораторное оборудование: .....	15
6.2. Программное обеспечение: .....	16
6.3. Технические и электронные средства: .....	16
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	18
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ .....	18
8.1. Оценочные средства текущего контроля .....	18
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

## I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Цель** курса «Социология масс-медиа» является изучение студентами системы социологии массовых коммуникаций; рассмотрение параметров информационной индустрии как социального института, влияющего на процесс формирования общественного мнения.

### **Задачи:**

- изучить процесс функционирования массовой коммуникации в обществе;
- сформировать представления о массовой коммуникации как социальном институте, развитие которого тесно связано с эволюцией человеческой цивилизации;
- изучить методы социологического исследования системы масс-медиа.

## II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Социология масс-медиа» относится к части Блок 1. Обязательные дисциплины. Дисциплина «Социология масс-медиа» направлена на формирование у студентов целостного представления о профессиональной деятельности специалиста в сфере коммуникаций

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: Основы медиапланирования, Реклама и связи с общественностью в политической сфере, Теория и практика массовой информации, Основы теории коммуникации.

2.3. Перечень учебных дисциплин, читаемых параллельно на 4 курсе, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: Психология массовых коммуникаций, Технология производства коммуникативного продукта.

## III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

### **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы компетенций</b>	<b>Результаты обучения</b>
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
	ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

## IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часов, 4 часа на зачет.

Форма промежуточной аттестации: Зач

#### 4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа		
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации			
1.	Раздел 1. Введение в социологию массовых коммуникаций	7	2	2		16	Зач	
2.	Раздел 2. Формирование социологии массовых коммуникаций: основные идеи и этапы	7	2	6		16	Зач	
3.	Раздел 3. Социологические исследования массовых коммуникаций	7	2	6		16	Зач	
<b>Итого часов</b>			6	14		48	4	

#### 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
7	Раздел 1. Введение в социологию массовых коммуникаций	Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы: составление схем и таблиц по тексту, конспектирование текста; выписки из текста; использование	В период сессии	16	тест	
7	Раздел 2. Формирование социологии массовых коммуникаций: основные идеи и этапы		В период сессии	16	тест	

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
7	Раздел 3. Социологические исследования массовых коммуникаций	аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.; <b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре; <b>Для формирования умений:</b> решение ситуационных задач; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.	В период сессии	16	тест	
7		Подготовка к зачету	В период сессии	2	зачет	
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				<b>48</b>		
<b>Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)</b>				<b>48</b>		
<b>Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)</b>				<b>48</b>		

#### 4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	2
Наименование основных разделов (модулей)	Раздел 1. Введение в социологию массовых коммуникаций Раздел 2. Формирование социологии массовых коммуникаций: основные идеи и этапы Раздел 3. Социологические исследования массовых коммуникаций
Формы текущего контроля	тесты, контрольные работы, практические занятия
Форма промежуточной аттестации	Зач

#### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
-------	------------------	---	---------------------	--------------------	-------------------------

	дисциплины (модуля)				ции
1	1	Социология массовых коммуникаций как отрасль социологического знания Объекты исследования в социологии массовых коммуникаций. Карта теорий СМК. Институциональные основы массовой коммуникации	2	Экспресс-опрос Фронтальный опрос Беседа	ОПК-4
2	2	Тема 3. Эмпирико-функциональная традиция анализа массовой коммуникации Тема 4. Критические теории массовой коммуникации Тема 5. Медиадетерминированные концепции массовых коммуникаций Тема 6. Эффекты массовой коммуникации	6	Эссе Фронтальный опрос Беседа Контрольная работа Доклады	ОПК-4
3	3	Тема 7. Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации Тема 8. Коммуникационные эффекты рекламной и PR-деятельности Тема 9. Основные методы исследования эффективности рекламы. Тема 10. Методология оценки эффективности PR-проекта. Тема 11. Программа эмпирического социологического исследования	6	Фронтальный опрос Беседа Контрольная работа Доклады Подготовка исследовательской программы, проведение социологического исследования представленные результаты	ОПК-4

#### 4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Введение в социологию массовой коммуникации	Массовая коммуникация: определение. Структурные составляющие коммуникационных процессов. Особенности информационных процессов в обществах традиционного и современного типа. Типологии	ОПК-4	ОПК-4.1

		современных средств массовой коммуникации.		
2	Формирование социологии массовых коммуникаций: основные идеи и этапы	Первые исследования эффектов массовой коммуникации. Концепции опосредованного влияния массовой коммуникации. Общая характеристика современного этапа изучения эффектов массовой коммуникации. Конкретные модели эффектов МК: установление пунктов 'повестки дня'; 'спираль молчания'; теории информационного дефицита; модель зависимости эффектов массовой коммуникации; подход 'полезности и удовлетворения потребностей'	ОПК-4	ОПК-4.1
3	СМК и гражданское общество: концептуальный аспект	Опрос в двух его разновидностях. Виды анкетирования. Виды интервьюирования. Особенности фокус-групп. Методология и методика проведения фокус-групп. Защита результатов проведенного исследования	ОПК-4	ОПК-4.2

#### 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

**Подготовка к лекции.** Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к практическому занятию.** Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к семинарскому занятию.** Самостоятельная подготовка к семинару направлена: на развитие способности к чтению научной и иной литературы; на поиск дополнительной информации, позволяющей глубже разобраться в некоторых вопросах; на выделение при работе с разными источниками необходимой информации, которая требуется для полного ответа на вопросы плана семинарского занятия; на выработку умения правильно выписывать высказывания авторов из имеющихся источников информации, оформлять их по библиографическим нормам; на развитие умения осуществлять анализ выбранных источников информации; на подготовку собственного выступления по обсуждаемым вопросам; на формирование навыка оперативного реагирования на разные мнения, которые могут возникать при обсуждении тех или иных научных проблем. Время на подготовку к семинару по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к семинару-конференции.** Семинар-конференция проводится 1–3 раза в семестр, предполагает достаточно длительную самостоятельную подготовку студентов, изучающих какую-либо конкретную научную проблему. При его проведении сочетаются виды деятельности, соответствующие обычному семинарскому занятию и научной конференции, которая предусматривает организованное обсуждение докладов разных исследователей по определенному кругу проблем. В процессе самостоятельной подготовки к семинару-конференции студенту необходимо изучить 2–3 источника (монографии, статьи), в которых раскрыты теоретические подходы к обсуждаемому вопросу и представлены материалы эмпирических исследований. Выступающий должен быть готов ответить на вопросы всех присутствующих по теме своего доклада. После каждого выступления проводится обсуждение представленных научных воззрений разных исследователей. Готовность к такой аналитической коллективной работе обеспечивается просмотром каждым студентов тех основных работ, которые преподаватель рекомендовал прочитать к семинару-конференции. Время на подготовку к семинару-конференции по нормативам составляет не менее 0,4 часа.

**Подготовка к коллоквиуму.** Коллоквиум представляет собой коллективное обсуждение раздела дисциплины на основе самостоятельного изучения этого раздела студентами. Подготовка к данному виду учебных занятий осуществляется в следующем порядке. Преподаватель дает список вопросов, ответы на которые следует получить при изучении определенного перечня научных источников. Студентам во внеаудиторное время необходимо прочитать специальную литературу, выписать из нее ответы на вопросы, которые будут обсуждаться на коллоквиуме, мысленно сформулировать свое



мнение по каждому из вопросов, которое они выскажут на занятии. Время на подготовку к коллоквиуму по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к контрольной работе.** Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа. **Подготовка к зачету** (в том числе к дифференцированному при отсутствии экзамена по дисциплине). Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра. Подготовка включает следующие действия: перечитать все лекции, а также материалы, которые готовились к семинарским и практическим занятиям в течение семестра, соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к зачету, если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуется делать краткие записи. Время на подготовку к зачету по нормативам составляет не менее 4 часов.

**Подготовка к экзамену.** Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

#### **Формы внеаудиторной самостоятельной работы**

**Написание реферата** Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Реферат (от лат. *refere* — докладывать, сообщать) — продукт самостоятельного творческого осмысления и преобразования текста первоисточника с целью получения новых сведений и существенных данных. Виды рефератов: — реферат-конспект, содержащий фактическую информацию в обобщенном виде, иллюстративный материал, различные сведения о методах исследования, результатах исследования и возможностях их применения; — реферат-резюме, содержащий только основные положения данной темы; — реферат-обзор, составляемый на основе нескольких источников, в котором сопоставляются различные точки зрения по данному вопросу; — реферат-доклад, содержащий объективную оценку проблемы; — реферат — фрагмент первоисточника, составляемый в тех случаях, когда в документе-первоисточнике можно выделить часть, раздел или фрагмент, отражающие информационную сущность документа или соответствующие задаче реферирования; — обзорный реферат, составляемый на некоторое множество документов-первоисточников и являющийся сводной характеристикой определенного содержания документов. Выполнение задания: 1) выбрать тему, если она не определена преподавателем; 2) определить источники, с которыми придется работать; 3) изучить, систематизировать и обработать выбранный материал из источников; 4) составить план; 5) написать реферат:

— обосновать актуальность выбранной темы; — указать исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сведения об авторе (Ф. И. О., специальность, ученая степень, ученое звание); — сформулировать проблематику выбранной темы; — привести основные тезисы реферируемого текста и их аргументацию; — сделать общий вывод по проблеме, заявленной в реферате. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

**Написание эссе** Цель самостоятельной работы: развитие навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Эссе — «жанр философской, литературно-критической, историко-биографической, публицистической прозы, сочетающий подчеркнуто индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную речь». Признаки эссе: Небольшой объем — от трех до семи страниц компьютерного текста; допускается эссе до десяти страниц машинописного текста. Конкретная тема и подчеркнуто субъективная ее трактовка. Свободная композиция — важная особенность эссе. Непринужденность повествования. Использование парадоксов. Внутреннее смысловое единство. Ориентация на разговорную речь. Выполнение задания: 1) написать вступление (2–3 предложения, которые служат для последующей формулировки проблемы). 2) сформулировать проблему, которая должна быть важна не только для автора, но и для других; 3) дать комментарии к проблеме; 4) сформулировать авторское мнение и привести аргументацию; 5) написать заключение (вывод, обобщение сказанного). Планируемые результаты самостоятельной работы: способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

**Подготовка доклада** Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Доклад — публичное сообщение или документ, которые содержат информацию и отражают суть вопроса или исследования применительно к данной ситуации. Виды докладов: 1. Устный доклад — читается по итогам проделанной работы и является эффективным средством разъяснения ее результатов. 2. Письменный доклад: — краткий (до 20 страниц) — резюмирует наиболее важную информацию, полученную в ходе исследования; — подробный (до 60 страниц) — включает не только текстовую структуру с заголовками, но и диаграммы, таблицы, рисунки, фотографии, приложения, сноски, ссылки, гиперссылки. Выполнение задания: 1) четко сформулировать тему (например, письменного доклад); 2) изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической информации: — первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.); — вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.); — третичные (обзоры, компилятивные работы, справочные книги и т. д.); 3) написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее; 4) написать доклад, соблюдая следующие требования: к структуре доклада — она должна включать: краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы; к содержанию доклада — общие положения надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу рассматриваемых вопросов, внести свои предложения; 5) оформить работу в соответствии с требованиями. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных образовательных и исследовательских задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на

основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

**Составление глоссария** Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочитать работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

**Разработка проекта** (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

**Выполнение кейс-задания** Цель самостоятельной работы: формирование умения анализировать в короткие сроки большой объем неупорядоченной информации, принятие решений в условиях недостаточной информации. Кейс-задание (англ. case — случай, ситуация) — метод обучения, основанный на разборе практических проблемных ситуаций — кейсов, связанных с конкретным событием или последовательностью событий. Виды кейсов: иллюстративные, аналитические, связанные с принятием решений. Выполнение задания: 1) подготовить основной текст с вопросами для обсуждения: — титульный лист с кратким запоминающимся названием кейса; — введение, где упоминается герой (герои) кейса, рассказывается об истории вопроса, указывается время начала действия; — основная часть, где содержится главный массив информации, внутренняя интрига, проблема; — заключение (в нем решение проблемы, рассматриваемой в кейсе, иногда может быть не завершено); 2) подобрать приложения с подборкой различной информации, передающей общий контекст кейса (документы, публикации, фото, видео и др.); 3) предложить возможное решение проблемы. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных исследовательских задач; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения

исследовательских задач; — способность решать нестандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.

**Составление тематического портфолио работ** Цель самостоятельной работы: развитие способности к систематизации и анализу информации по выбранной теме, работе с эмпирическими данными, со способами и технологиями решения проблем. Тематическое портфолио работ — материалы, отражающие цели, процесс и результат решения какой-либо конкретной проблемы в рамках той или иной темы курса (модуля). Портфолио работ состоит из нескольких разделов (согласуются с преподавателем). Структура тематического портфолио работ: — сопроводительный текст автора портфолио с описанием цели, предназначения и краткого описания документа; — содержание или оглавление; органайзер (схемы, рисунки, таблицы, графики, диаграммы, гистограммы); лист наблюдений за процессами, которые произошли за время работы; письменные работы; видеофрагменты, компьютерные программы; рефлексивный журнал (личные соображения и вопросы студента, которые позволяют обнаружить связь между полученными и получаемыми знаниями). Выполнение задания: 1) обосновать выбор темы портфолио и дать название своей работе; 2) выбрать рубрики и дать им названия; 3) найти соответствующий материал и систематизировать его, представив в виде конспекта, схемы, кластера, интеллект-карты, таблицы; 4) составить словарь терминов и понятий на основе справочной литературы; 5) подобрать необходимые источники информации (в том числе интернет-ресурсы) по теме и написать тезисы; 6) подобрать статистический материал, представив его в графическом виде; сделать выводы; 7) подобрать иллюстративный материал (рисунки, фото, видео); 8) составить план исследования; 9) провести исследование, обработать результаты; 10) проверить наличие ссылок на источники информации. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность использовать современные способы и технологии решения проблем.

**Информационный поиск** Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания: 1) определение области знаний; 2) выбор типа и источников данных; 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели; 4) отбор наиболее полезной информации; 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.); 6) выбор алгоритма поиска закономерностей; 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации; 8) творческая интерпретация полученных результатов. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной

деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

**Использование инфографики** Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы с помощью инфографики. Инфографика — «область коммуникативного дизайна, в основе которой лежит графическое представление информации, связей, числовых данных и знаний» (В. В. Лаптев). Вариант задания: представить информацию по заданной теме с помощью зрительных форм — знаков, графического дизайна, рисунков, иллюстраций. Выполнение задания: 1) выбор темы; 2) сбор информации (документальной и визуальной); 3) систематизация собранной информации; 4) создание плана презентации: — классификация информации по типу; — выбор тематики действия (инструктивная, исследовательская, имитационная); — выбор коммуникативной тактики (дискуссии и дебаты для точной передачи идеи); — выбор творческой тактики (создание новых форм и подходов к изучению и представлению информации); — систематизация информации по какому-либо принципу (по алфавиту, по времени, по категориям, по иерархии); 5) создание эскиза (для печатной инфографики) и раскадровка (для интернет-инфографики); 6) планирование и работа над графикой (создание основного и второстепенных объектов). Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы. 30

**Разработка мультимедийной презентации** Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий. Выполнение задания: 1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал. 2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титuleльный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.). 3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации. Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач. **Построение сводной (обобщающей) таблицы** Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между

понятиями или отдельными разделами темы с помощью построения таблицы. Сводная (обобщающая) таблица — концентрированное представление отношений между изучаемыми феноменами, выраженными в форме переменных. Варианты задания: — представить функциональные отношения между элементами какой-либо системы, выраженными в тексте в форме понятий или категорий; — представить междисциплинарные связи изучаемой темы (дисциплины). Правила составления таблицы: 1) таблица должна быть выразительной и компактной, лучше делать несколько небольших по объему, но наглядных таблиц, отвечающих задаче исследования; 2) название таблицы, заглавия граф и строк следует формулировать точно и лаконично; 3) в таблице обязательно должны быть указаны изучаемый объект и единицы измерения; 4) при отсутствии каких-либо данных в таблице ставят многоточие либо пишут «Нет сведений», если какое-либо явление не имело места, то ставят тире; 5) значения одних и тех же показателей приводятся в таблице с одинаковой степенью точности; 6) таблица должна иметь итоги по группам, подгруппам и в целом; 7) если суммирование данных невозможно, то в этой графе ставят знак умножения; 8) в больших таблицах после каждых пяти строк делается промежуток для удобства чтения и анализа. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

#### **4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)**

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

### **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

#### **а) основная литература:**

- 1. Зуляр, Юрий Анатольевич.** Массовые коммуникации в рекламе [Текст] : учеб. пособие / Ю. А. Зуляр ; Иркутский гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2006. - 488 с. ; 20 см. - Библиогр. в конце разд. . - ISBN 5-9624-0128-x : сирфак (50),
- 2. Фомичева, И. Д.** Социология СМИ [Электронный ресурс] / И. Д. Фомичева. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 360 с. - **Режим доступа:** <http://ibooks.ru/reading.php?productid=27153> (<http://ibooks.ru/product.php?productid=27153>). - Режим доступа: ЭБС "Айбукс". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-7567-0646-8 :
- 3. Гостенина, Валентина Ивановна.** Социология массовой коммуникации [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / В. И. Гостенина, А. Г. Киселев. - М. : Альфа-М ; [Б. м.] : Инфра-М, 2011. - 350 с. ; 22 см. - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-5-98281-186-8. - ISBN 978-5-16-003707-3 : сирфак (10)
- 4. Федотова, Лариса Николаевна.** Социология рекламной деятельности [Текст] : учеб. для студ. вузов / Л. Н. Федотова. - 3-е изд., испр. и доп. - М. : Оникс, 2007. - 556 с. ; 21 см. - Библиогр.: с. 548-556. - ISBN 5-488-00639-7. - ISBN 978-985-13-9445-2 : сирфак (55)

#### **б) дополнительная литература**

- 1. Стариков, Александр Георгиевич.** Масс-медиа современной России [Текст] : учеб. пособие для общеобраз. учрежд. высш. проф. образ. / А. Г. Стариков. - Ростов н/Д : Феникс, 2013. - 250 с. ; 21 см. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 233-245. - ISBN 978-5-222-21126-7 : всего 2

2. **Энциклопедия мировой индустрии СМИ** [Текст] : учеб. пособие для вузов, обуч. по направлению подготовки ВПО 030600 "Журналистика" и спец. 030601 "Журналистика" для ГОС-2 и направлению подгот. ВПО 031300 "Журналистика" для ФГОС / ред. Е. Л. Вартанова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2013. - 464 с. : табл. ; 22 см. - ISBN 978-5-7567-0683-3 : сирфак (1)

3. **Словарь по межкультурной коммуникации. Понятия и персоналии** / В. Г. Зинченко [и др.]. - М. : Флинта ; [Б. м.] : Наука, 2010. - 135 с. ; 20 см. - ISBN 978-5-9765-0843-9. - ISBN 978-5-02-037166-1 : сирфак (15)

**в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.

2. Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru>

3. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>.

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

– ЭБС «Издательство Лань». ООО «Издательство Лань». Контракт № 92 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г.

– ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. Адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/> Срок действия: с 22.11.2011 г. бессрочный.

– ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Рукопт». ЦКБ «Бибком». Контракт № 91 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г..

– ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru». ООО «Айбукс». Контракт № 90 от 12.11.2018 г. Акт № 54 от 14.11.2018 г.

– Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 70 от 04.10.2018 г.

**VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**6.1. Учебно-лабораторное оборудование:**

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 Mгн)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет, с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014  Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcdmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)  Kaspersky Endpoint Security длябизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08170221054045730177

	<p>подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMDAthlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b(24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1</p>	<p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>
<p>Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>	<p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcdmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221054045730177</p>

## 6.2. Программное обеспечение:

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1.	1С:Предприятие, 8.0(учебный комплект): 1С:Бухгалтерия, 8.2 1С:Зарплата и управление персоналом 1С:Управление торговлей 1С:Управление производственным предприятием 1С: ОТЕЛЬ, 8 1С:Оценка персонала, 8	30	Пер №8972331	2015	бессрочно
2.	AdobeAcrobat XI Лицензия АЕ для акад.организаций Русская версия MultipleLicense RU (65195558)Platforms	12	11447921 Государственный контракт № 03-019-13	19.06.2013	бессрочно
3.	BusinessStudio 4.0	50	Лицензия № 7464	2015	бессрочно
4.	Directum 5.1	30	Лицензия № 26057	2016	1год
5.	Java 8	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="https://www.oracle.com/legal/terms.html">https://www.oracle.com/legal/terms.html</a>	Условия правообладателя	бессрочно
6.	Joomla 3.6	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке:	Условия правообладателя	бессрочно



			<a href="https://docs.joomla.org/JEDL">https://docs.joomla.org/JEDL</a>		
7.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	бессрочно
8.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	10	Номер Лицензии Microsoft 42095516	27.04.2007	бессрочно
9.	Microsoft SQL Server 2012	1	Номер Лицензии Microsoft 65343111		бессрочно
10.	Microsoft Windows Server 2008 r2 Enterprise	1	Номер Лицензии Microsoft 49413875		бессрочно
11.	Microsoft® Windows® Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level Promo	12	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	бессрочно
12.	Microsoft® WinSL 8.1 Russian Academic OLP 1License NoLevel Legalization GetGenuine	130	Microsoft Invoice Number: 9564547610 ООО 'ИЦ 'Сиброн'	22.12.2014	бессрочно
13.	OpenOffice 4.1.3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html">https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html</a>	Условия правообладателя	бессрочно
14.	Perl 5.24.0	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="http://dev.perl.org/licenses/">http://dev.perl.org/licenses/</a>	Условия правообладателя	бессрочно
15.	Postgresql 9.6.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="https://www.postgresql.org/about/licence/">https://www.postgresql.org/about/licence/</a>	Условия правообладателя	бессрочно
16.	Protege	100	Условия использования по ссылке: <a href="http://protege.stanford.edu/support.php">http://protege.stanford.edu/support.php</a>	Условия правообладателя	бессрочно
17.	Python 3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="https://docs.python.org/3/license.html">https://docs.python.org/3/license.html</a>	Условия правообладателя	бессрочно
18.	UbuntuLinux 16.04.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="https://www.ubuntu.com/legal/terms-and-policies/terms">https://www.ubuntu.com/legal/terms-and-policies/terms</a>	Условия правообладателя	бессрочно
19.	VirtualBox 5.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="https://www.virtualbox.org/wiki/VirtualBox_PUEL">https://www.virtualbox.org/wiki/VirtualBox_PUEL</a>	Условия правообладателя	бессрочно
20.	Евфрат-Документооборот, версия 15	20	многопользовательская лицензия	2015	бессрочно

**6.3. Технические и электронные средства:**

Методической концепцией преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

**VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии.

1	Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
2	Разноуровневое обучение	У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждают в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации учения.
3	Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
4	Исследовательские методы в обучении	Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося
5	Лекционно-семинарско-зачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподнести его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
6	Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

**Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:**

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
1	Раздел 1. Введение в социологию массовых коммуникаций	Лекция/ семинар	Интерактивная (информационно-проблемная) лекция Круглый стол, групповая дискуссия, конференция	4
2	Раздел 2. Формирование социологии массовых коммуникаций: основные идеи и этапы	Лекция/ семинар	Интерактивная (информационно-проблемная) лекция	8
3	Раздел 3. Социологические исследования массовых коммуникаций	Лекция/ семинар	Круглый стол, групповая дискуссия, конференция	8
Итого часов				20

**VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ****8.1. Оценочные средства текущего контроля**

Оценочные средства для входного контроля

Вопросы для устного обсуждения:

1. Что вы понимаете под термином «социология»?

2. Что такое общество?
3. Что обеспечивает связь в обществе между группами, индивидами, социальными институтами?
4. Какие методы социологических исследований вам известны?

Оценочные средства текущего контроля.

1. Устное собеседование, образцы вопросов для обсуждения тем.

### **Раздел 1. Введение в социологию массовых коммуникаций**

#### **Тема 1. Социология массовых коммуникаций как отрасль социологического знания**

Роль и значение массовой коммуникации в современном мире. Актуальность изучения массовой коммуникации. Социология массовых коммуникаций как учебная дисциплина. Объекты исследования в социологии массовых коммуникаций. Основные теории социологии массовых коммуникаций. Социология массовой коммуникации как мультипарадигмальная дисциплина. Карта теорий СМК.

#### **Тема 2. Институциональные основы массовой коммуникации**

Понятие и сущность массовой коммуникации. Массовая коммуникация как социальный институт. Специфические черты массовой коммуникации как социального института. Социальная функция массовой коммуникации. Массовая коммуникация как основа современного информационного общества.

### **Раздел 2. Формирование социологии массовых коммуникаций: основные идеи и этапы**

#### **Тема 3. Эмпирико-функциональная традиция анализа массовой коммуникации**

Общие особенности эмпирико-функционалистской группы теорий. Парадигма пропаганды или прямых эффектов. Концепция Г. Лассуэлла. Парадигма ограниченных эффектов. Теория двухступенчатого потока П. Лазарсфельда. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Теория «Социальной ответственности СМИ» и функции масс-медиа. Теория обретения пользы и удовлетворения. Теория установления повестки дня. «Спираль молчания» Э. Ноэль-Нойман.

#### **Тема 4. Критические теории массовой коммуникации**

Теории «массового общества» и социальной трансформации. Проблематика индустриализации культуры и ее подчинения утилитарным законам экономики (Беньямин, Адорно, Хоркхаймер). Деятельность «Франкфуртского института социальных исследований» (Франкфуртской школы) Проблематика капиталистического социального контроля (Маркузе, Хабермас). Cultural Studies и бирмингемская школа

#### **Тема 5. Медиадетерминированные концепции массовых коммуникаций**

Торонтская школа: Г. Иннис и М. Маклюэн. Теории информационного общества. Сетевое общество М. Кастельса. Развитие идей Торонской школы (А. Гоулднер, Дж. Меерович).

#### **Тема 6. Эффекты массовой коммуникации**

Понятие эффекта массовой коммуникации. Первые исследования эффектов массовой коммуникации. Гипотеза культивации Дж. Гербнера. Концепции опосредованного влияния массовой коммуникации. Общая характеристика современного этапа изучения эффектов массовой коммуникации. Конкретные модели эффектов МК: установление пунктов «повестки дня»; «спираль молчания»; теории информационного дефицита; модель зависимости эффектов массовой коммуникации; подход «полезности и удовлетворения потребностей». Последствия воздействия СМК.

### **Раздел 3. Социологические исследования массовых коммуникаций**

## **Тема 7. Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации**

Специфика количественных и качественных подходов к изучению аудитории массовой коммуникации. Основные методы сбора эмпирической информации. Виды используемых выборок. Концептуальные основания метода контент-анализа. Практика контент-аналитических исследований. Опрос. Виды анкетирования. Виды интервьюирования. Особенности фокус-групп. Методология и методика проведения фокус-групп.

## **Тема 8. Коммуникационные эффекты рекламной и PR-деятельности**

Основные понятия: известность, интерес, понимание, эмоции, вовлеченность, смена позиции, отношение, лояльность, отклик, конвергенция. Иерархические, гетерархические и когнитивные модели: AIDA, AIDMA, 4A's, ACCA, DAGMAR, DIBABA, IIRM, Росситера-Перси.

## **Тема 9. Основные методы исследования эффективности рекламы.**

Общие принципы исследования рекламных сообщений: этапы исследования, открытые методики, тестирование. Качественные методы анализа сообщения: расширенные креативные группы, глубинные интервью, карты восприятия, Q-методология. Контент-анализ рекламы.

## **Тема 10. Методология оценки эффективности PR-проекта.**

Медиа измерения как основной способ оценки эффективности PR-деятельности. Методы поиска информации. Количественные и качественные параметры оценки эффективности PR-проекта. Маркетинговые индексы в медиа аналитике: PR Value (EAV, AVE), Single Issue Value (SIV), Media Outreach, CTR и TAR. Сложные системы оценки эффективности: «Labatt», BAT.

## **Тема 11. Программа эмпирического социологического исследования**

Основные разделы программы. Предмет, объект, цели, задачи исследования, гипотезы. Теоретическая интерпретация понятий. Разработка программы исследования.

## 2. Письменные контрольные и домашние работы по темам

Тесты направлены на проверку усвоения теоретических основ учебного курса «Социология массовой коммуникации».

Характеристики теста

Тесты разработаны по темам, которые отражают основные теоретические и практические вопросы данного предмета, знание которых для студентов является обязательным.

60% правильных ответов по ключу - «удовлетворительно»;

менее 60% - «неудовлетворительно».

70% - «хорошо»

80- 100% - «отлично».

Разработка содержательной структуры теста

1. тема Массовая коммуникация в обществе 2. тема Динамика представлений социологов на роль СМК в жизни индивида и общества. 3. тема Деятельность СМИ как реализация интересов разных социальных субъектов 4. тема Коммуникатор, аудитория и социологические способы их изучения. 5. тема СМИ и общественное мнение

## **Примерный тест**

### **1. Массовая коммуникация – это:**

- a) систематическое распространение сообщений через печать, телевидение, радио, кино, звукозапись, видеозапись среди численно рассредоточенной аудитории;
  - b) средства общения, взаимодействия, включая печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, кино и др.;
  - c) вся сфера духовной (наука, искусство, литература) и духовнопрактической (образование, воспитание, управление) деятельности.
- 2. Наиболее активно в современных условиях развиваются функции СМИ:**
- a) информационные, развлекательные, а также те, которые обеспечивают художественные и рекламные коммуникации;
  - b) аналитические, объективно отражающие условия жизни общества и помогающие личности, различным группам населения вырабатывать адекватное отношение к актуальным общественным явлениям;
  - c) актуализации функций в современных условиях не происходит, они остались прежними.
- 3. Дайте определение коммуникации:**
- a) коммуникация – это информационная связь;
  - b) коммуникация – это взаимодействие различных приемных и передающих устройств;
  - c) коммуникация – это процесс взаимодействия и способ общения, позволяющий создавать, передавать и принимать разнообразную информацию;
  - d) коммуникация – это СМК и СМИ.
- 4. Социология массовой коммуникации изучает:**
- a) процессы функционирования и развития средств массовой коммуникации, социальную обусловленность и последствия их деятельности;
  - b) общество в целом со всеми его законами развития и функционирования;
  - c) специфику общества и социальных отношений.
- 5. Социология массовой коммуникации относится:**
- a) к фундаментальным, общесоциологическим теориям;
  - b) к специальным (частным) социологическим теориям (или «теориям среднего уровня»);
  - c) к конкретным (эмпирическим) социологическим исследованиям.
- 6. Социологическое изучение массовой коммуникации началось:**
- a) в последней трети XIX в.;
  - b) в 1920-е гг.;
  - c) в 1960-е гг.
- 7. К психологическим функциям массовой коммуникации относятся:**
- a) функция самоутверждения и познания;
  - b) функция социальной потребности;
  - c) утилитарная функция.
- 8. Социологи рассматривают три основные социальные функции СМК, какие лишние:**
- a) присвоения статуса;
  - b) наблюдения за окружающим миром;
  - c) развлечения массовой аудитории;
  - d) укрепления социальных норм;
  - e) дисфункционального воздействия СМК.
- 9. Новая историческая фаза развития цивилизации, в которой главные продукты производства информация и знания, – это:**
- a) информационная инфраструктура;
  - b) информационное общество;
  - c) информационная культура.
- 10. Общественное мнение – это:**

- a) совокупность представлений, оценок и суждений здравого смысла, разделяемых большинством населения либо его частью
  - b) система духовных способов отношения людей к миру и к себе
  - c) состояние чувств, умов определенных групп людей в конкретный период времени.
- 11. Какое определение более полно выражает сущность социологии как науки:**
- a) социология – это наука об обществе;
  - b) социология – это система знаний об обществе как социальной системе, о закономерностях социальных образований различных уровней, о деятельности личности;
  - c) социология – это наука о социальных институтах и организациях.
- 12. Основным признаком толпы служит:**
- a) случайность;
  - b) конформизм;
  - c) временность объединения людей;
  - d) все варианты верны.
- 13. Социальный статус – это**
- a) комплекс прав, обязанностей, социальных ожиданий, присущих определенной статусной позиции;
  - b) внешние по отношению к индивидууму меры принуждения к исполнению социальной роли;
  - c) социальные экспектации по отношению к другим участниками ;
  - d) психологическая характеристика социальной группы.
- 14. Разделение населения на социальные слои, различающиеся между собой неравным объемом власти, материальных благ, уровнем образования, престижа, - это:**
- a) социальная структура;
  - b) социальная дифференциация;
  - c) социальная стратификация.
- 15. Перемещение индивида, социальной группы без изменения их социального статуса – это:**
- a) вертикальная мобильность;
  - b) горизонтальная мобильность;
  - c) миграция.
- 16. Понятие «лидеры мнений» стало ключевым в теории**
- a) Волшебной пули
  - b) Массового убеждения
  - c) Двухступенчатой коммуникации
- 17. Кто считал, что воздействие СМИ определяется не содержанием информации, а средством ее подачи как таковым.**
- a) Г. Лассуэлл;
  - b) М. Маклюэн
  - c) Э. Ноэль-Нойман.
- 18. Перемещение индивида, социальной группы, влекущее изменение их социального статуса, можно отнести к:**
- a) миграции;
  - b) горизонтальной мобильности;
  - c) вертикальной мобильности.
- 19. Группа, которую индивид использует для сравнительной оценки своего собственного положения или поведения – это**
- a) фокус-группа;
  - b) референтная группа;
  - c) in-группа;

d) out-группа.

**20. В чем главное различие между теориями неограниченного и ограниченного влияния СМИ?**

- a) в широте охвата аудитории информацией;
- b) в воздействии на аудитории

**Темы докладов.**

Публичные доклады предусмотрены при проведении практических занятий по предмету Социология массовых коммуникаций.

Такая форма организации семинарского занятия позволяет решить следующие задачи:

- a) познакомить аудиторию с отдельными «узкими» вопросами из учебного материала – через презентацию результатов исследований докладчиков,
- б) приобрести навыки публичной защиты полученных научных выводов.

Подготовка к семинару, в плане которого предусмотрены публичные доклады, начинается с определения темы доклада и распределения ролей (производится на предшествующем занятии).

Роли:

- «Докладчик» готовит научное сообщение (доклад) по выбранной теме.
- «Оппонент» готовит критический отзыв на основные положения доклада
- «Научное сообщество» (остальные студенты) участвуют в голосовании «ЗА» или «ПРОТИВ» представленных в докладе выводов.

Задание докладчикам и оппонентам:

1) Не позднее, чем за 7 дней до семинара направить своему оппоненту «автореферат» своего доклада (не менее 4 ключевых тезисов, содержащих научные утверждения по заданной теме). Общий объем автореферата не должен превышать 5 страниц.

2) Тезисы дублируются в группе VK, чтобы с ними могли ознакомиться все заинтересованные студенты.

3) Оппонент не позднее, чем за 2 дня до семинара отправляет докладчику отзыв об автореферате. Отзыв может быть положительным (если оппонент считает выполненную работу заслуживающей положительной оценки) или отрицательным (если работа, по мнению, оппонента выполнена на ненадлежащем уровне).

4) Докладчик готовит 10-минутное выступление по теме доклада. Во время выступления рекомендуется использование наглядных материалов (схемы, таблицы, распечатки, слайды и т.п.)

Критерии оценки публичного доклада (на что следует обратить внимание «Научному сообществу»)

по содержанию (основные критерии):

- научная обоснованность положений (логика рассуждений, ссылка на авторитетные источники, глубина исследования проблемы и т.п.)
- практическая значимость доклада (наличие конкретных примеров и иллюстраций подтверждающих теоретические выводы.)
- ответы на вопросы оппонента и представителей научного сообщества
- наличие обнародованных тезисов доклада
- визуализация тезисов доклада
- соблюдение регламента
- владение навыками публичной защиты и приемами ведения дискуссии.

**РЕГЛАМЕНТ ЗАЩИТЫ:**

Выступление докладчика	10 мин
------------------------	--------

Вопросы докладчику	3 минуты
Выступление оппонента	3 минуты
Ответ докладчика оппоненту	2 минуты
Голосование	2 минуты

Темы докладов:

1. Парадигма «силы медиа» в ранних линейных теориях (теория пули).
2. Парадигма «ограниченных эффектов» в работах Колумбийской школы
3. Теория двухступенчатого потока информации
4. Вариации парадигмы ограниченных эффектов (теории повестки дня и спирали молчания).
5. Пол Лазарсфельд и теория двухступенчатого потока информации
6. П. Лазарсфельд как представитель эмпирико-функционалистского направления изучения СМИ.
7. Э. Ноэль Нойманн и теория «спирали молчания».
8. М. Маккомбс и Д. Шоу и теория «повестки дня»
9. Концепция «общественного мнения» У. Липмана.
10. Коммуникационные модели: от линейных к циклическим.
11. Теодор Адорно и философия музыки
12. Парадигма культурных индустрий и ее трансформация
13. Теория коммуникационного контроля в работах Маркузе и поздней Франкфуртской школы
14. Теория «общественной сферы» Ю. Хабермаса.
15. Хабермасовская теория действия.
16. Теория галактик М. Маклюэна
17. М. Кастельс об информационном обществе
18. Теория диффузии инноваций у Э. Роджерса
19. Теория «перевода» Б. Латура
20. Теория обретения пользы и удовлетворения Э. Каца
21. Парадигма активного потребителя в работах Э. Каца
22. Теория культурного доминирования
23. Культурный империализм Г. Шиллера
24. Г. Шиллер как представитель политэкономии массовой коммуникации.
25. Г. Шиллер и манипуляторы сознанием
26. Теория культурных индустрий в политэкономической традиции
27. Этнометодология Г. Гарфинкеля
28. Теория интеракционизма И. Гоффмана.
29. Теории о понятиях информации и коммуникации
30. Социологическая традиция изучения информации и коммуникации
31. Культурологическая традиция изучения СМИ
32. Теория индустриализации культуры в работах Франкфуртской школы
33. Социальный и коммуникативный контроль в работах Маркузе и Хабермаса
34. Ю. Хабермас и теория общественной сферы.
35. Теория гегемонии А. Грамши и роль масс-медиа в ней.
36. Теория знака в лингвистической традиции изучения СМИ.
37. Модель коммуникации с точки зрения Р. Барта
38. Концепция мифа в работах Р. Барта
39. Методика анализа текста в лингвистической традиции изучения СМИ.
40. Актантная модель А. Греймаса
41. Т. Ван-Дейк и дискурс новостей.
42. Теории информационного общества.
43. Э. Тоффлер об информационном обществе.



44. М. Кастельс о распаде СССР и информационных факторах.
45. Информациональное общество М. Кастельса.
46. Эволюция моделей технической инновации
47. Основные направления исследований Cultural Studies.
48. Новая парадигма «активного пользования» в теориях СМИ.
49. Политэкономическая теория медиа.
50. Теория культурного империализма.
51. Крупные концерны медиа и критика концентрации в работах политэкономии медиа.
52. Критика «нового мирового информационного порядка» в теориях культурного доминирования.
53. Теория коммуникативного центра и периферии
54. Теории культурных индустрий в политэкономии коммуникации
55. Этнометодология и интеракционизм как коммуникационные теории

## 8.2 Оценочные средства для промежуточной аттестации.

### Вопросы к зачету (8 семестр):

1. Роль и значение массовой коммуникации в современном мире.
2. Актуальность изучения массовой коммуникации.
3. Объекты исследования в социологии массовых коммуникаций.
4. Основные теории социологии массовых коммуникаций.
5. Социология массовой коммуникации как мультипарадигмальная дисциплина.
6. Карта теорий СМК.
7. Понятие и сущность массовой коммуникации.
8. Специфические черты массовой коммуникации как социального института.
9. Социальная функция массовой коммуникации.
10. Массовая коммуникация как основа современного информационного общества.
11. Общие особенности эмпирико-функционалистской группы теорий.
12. Парадигма пропаганды или прямых эффектов. Концепция Г. Лассуэлла.
13. Парадигма ограниченных эффектов. Теория двухступенчатого потока П. Лазарфельда. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера.
14. Теория «Социальной ответственности СМИ» и функции масс-медиа. Теория обретения пользы и удовлетворения.
15. Теория установления повестки дня. «Спираль молчания» Э. Ноэль-Нойман.
16. Теории «массового общества» и социальной трансформации.
17. Деятельность «Франкфуртского института социальных исследований» (Франкфуртской школы)
18. Cultural Studies и бирмингемская школа
19. Медиадетерминированные концепции массовых коммуникаций: Торонтская школа: Г. Иннис и М. Маклюэн.
20. Теории информационного общества. Сетевое общество М. Кастельса.
21. Понятие эффекта массовой коммуникации.
22. Первые исследования эффектов массовой коммуникации. Гипотеза культивации Дж. Гербнера.
23. Концепции опосредованного влияния массовой коммуникации.
24. Общая характеристика современного этапа изучения эффектов массовой коммуникации.
25. Конкретные модели эффектов МК: установление пунктов «повестки дня»; «спираль молчания»; теории информационного дефицита; модель зависимости

- эффектов массовой коммуникации; подход «полезности и удовлетворения потребностей».
26. Последствия воздействия СМК.
  27. Специфика количественных и качественных подходов к изучению аудитории массовой коммуникации.
  28. Основные методы сбора эмпирической информации.
  29. Концептуальные основания метода контент-анализа. Практика контент-аналитических исследований.
  30. Опрос. Виды анкетирования. Виды интервьюирования. Особенности фокус-групп. Методология и методика проведения фокус-групп.
  31. Коммуникационные эффекты рекламной и PR-деятельности: известность, интерес, понимание, эмоции, вовлеченность, смена позиции, отношение, лояльность, отклик, конвергенция.
  32. Общие принципы исследования рекламных сообщений: этапы исследования, открытые методики, тестирование.
  33. Качественные методы анализа сообщения: расширенные креативные группы, глубинные интервью, карты восприятия, Q-методология.
  34. Контент-анализ рекламы.
  35. Медиа измерения как основной способ оценки эффективности PR-деятельности.
  36. Методы поиска информации.
  37. Основные разделы программы эмпирического социологического исследования.

**Разработчики:**



(подпись)

Доцент кафедры  
рекламы

(занимаемая должность)

А.В. Сивкова

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки.

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы

Протокол № 8 от «12» мая 2020 г.

Зав. кафедрой



Рабинович В.Ю.

*Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*