



**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

«16» марта 2022 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

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 № 7 от «16» марта 2022 г.

Протокол № 7 от «15» марта 2022 г.

Председатель

В.К. Карнаухова

зав. кафедры

. Рабинович

СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
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	4
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	5
4.3 Содержание учебного материала	6
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	7
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов	10
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	11
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	15
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	15
а) основная литература	15
б) дополнительная литература	16
в) периодическая литература	16
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы	16
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	17
6.1. Учебно-лабораторное оборудование	17
6.2. Программное обеспечение	19
6.3. Технические и электронные средства	19
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	19
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	21
8.1. Оценочные средства текущего контроля	21
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	24

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цели: 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, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)».

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:

- История рекламы и связей с общественностью;
- Социология;
- Основы теории коммуникации;
- Теория и практика массовой информации;
- Психология массовых коммуникаций.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- нет.

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**

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
--------------------	-------------------------------	----------------------------

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
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 3 зачетных единицы, 108 часов, в том числе 4 часа на контроль.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, 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					
			Лекции	Семинарские (практические) занятия	Консультации			
1	Социология массовых коммуникаций как отрасль социологического знания	8	1	2	0	14		
2	Институциональные основы массовой коммуникации	8	1	2	0	14		
3	Основные теоретические направления в исследовании медиа	8	1	4	0	14		
4	Современные медиаисследования	8	1	2	0	14		

5	Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации	8	1	2	0	14	
6	Программа эмпирического социологического исследования	8	1	2	0	14	
Итого за 8 семестр			6	14	0	84	Зач (4)
Итого часов			6	14	0	84	

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Се-местр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочные средства	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
8	Социология массовых коммуникаций как отрасль социологического знания	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы</p> <p>Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к зачету</p>	сентябрь	14	Тест, УО, Д, Пр	bki.forlabs.ru /
8	Институциональные основы массовой коммуникации	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы</p> <p>Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к зачету</p>	октябрь	14	Тест, УО, Д, Пр	bki.forlabs.ru /

8	Основные теоретические направления в исследовании медиа	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы</p> <p>Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к зачету</p>	ноябрь	14	Тест, УО, Д, Пр	bki.forlabs.ru /
8	Современные медиаисследования	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы</p> <p>Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к зачету</p>	ноябрь	14	Тест, УО, Д, Пр	bki.forlabs.ru /
8	Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы</p> <p>Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к зачету</p>	декабрь	14	Тест, УО, Д, Пр	bki.forlabs.ru /
8	Программа эмпирического социологического исследования	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы</p> <p>Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к зачету</p>	декабрь	14	Тест, УО, Д, Пр	bki.forlabs.ru /
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				84		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				0		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				84		

4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	3
Наименование основных разделов (модулей)	Социология массовых коммуникаций как отрасль социологического знания Институциональные основы массовой коммуникации Основные теоретические направления в исследовании медиа Современные медиаисследования Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации Программа эмпирического социологического исследования
Формы текущего контроля	Тест, устный опрос, доклад/презентация, практическое задание
Форма промежуточной аттестации	Зачет

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	1	<p>Теоретическое задание.</p> <p>"Роль и значение массовой коммуникации в современном мире".</p> <p>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.</p> <p>Понятие и сущность массовой коммуникации.</p> <p>Практическое задание. "Введение в социологию массовых коммуникаций"</p> <p>В визуализированном формате (например, инфографика или ментальная карта, набор мемов или иное) определить ключевые понятия социологии массовых коммуникаций, изучаемые проблематики, выявить и показать взаимосвязи этих понятий.</p>	2	Тест, УО, Пр	ОПК-4.1, ОПК-4.2

2	2	<p>Теоретическое задание "Массовая коммуникация как социальный институт". Специфические черты массовой коммуникации как социального института. Социальная функция массовой коммуникации. Массовая коммуникация как основа современного информационного общества.</p> <p>Теоретическое задание. "Взаимосвязь медианосителей и государственного устройства" 1. Социальный порядок открытого и закрытого доступа (теория Норта, Уоллиса и Вайнгаста). 2. Как социальный порядок связан с социальными коммуникациями? (указать связь разных типов государств с медиа)</p> <p>Теоретическое задание. "Специфика массовой коммуникации как социального института" Вопросы к обсуждению: 1. Уровни коммуникации 2. Специфика массовой коммуникации 3. Роль массовой коммуникации в социуме.</p>	2	Тест, УО, Пр	ОПК-4.1, ОПК-4.2
---	---	--	---	-----------------	---------------------

3	3	<p>Темы для сообщений на занятии (сделать презентацию, показать в сообщении, что вы разобрались в теме, сделать такое сообщение, чтобы остальным тоже стало понятно).</p> <p>1. Эмпирико-функционалистская традиция анализа массовой коммуникации Теория прямых неограниченных эффектов медиа (Г. Лассуэлл, У. Шрамм) Концепция общественного мнения У. Липпманна. Двухступенчатая модель коммуникации и лидеры мнений П. Лазарсфельда «Массовое убеждение»: исследования К. Ховланда Теория минимальных эффектов (Дж. Клаппер) Теория когнитивного диссонанса (Л. Фестингер) Теория использования и удовлетворения (Э. Кац) "Спираль молчания" Ноэль-Нойманн Установление приоритетности новостей (повестки дня)</p> <p>2. Критические теории массовой коммуникации "Общество потребления" и "общество переживаний" Проблематика индустриализации культуры и ее подчинения утилитарным законам экономики (Беньямин, Адорно, Хоркхаймер). Проблематика капиталистического социального контроля (Маркузе "Одномерный человек", Хабермас "общественная сфера")</p> <p>3. Лингвистические теории медиа 1. Анализ нарратива (Р. Барт, В. Пропп, А.Ж. Греймас, когнитивный и прагматичный планы) 2. Механизмы сторителлинга 3. Дискурсивные исследования (Т. ван Дейк) 4. Медиадетерминированный подход к изучению коммуникаций 1. Торонтская школа: Г. Иннис и М. Маклюэн. 2. Сетевое общество М. Кастельса. 3. Теории информационного общества: общая характеристика и направления исследований 4. Лев Манович: теории цифровых и новых медиа 5. Модель диффузии инноваций как коммуникативный процесс 1. Теория диффузии инноваций Э. Роджерса 2. Модель "перевода" (Бруно Латур и Мишель Каллон) 3. Модель социотехнического альянса (Патрис Флиши)</p>	4	Тест, УО, Д, Пр	ОПК-4.1, ОПК-4.2
4	4	<p>Теоретическое задание. "Эффекты масс-медиа" Понятие эффекта массовой коммуникации. Первые исследования эффектов массовой коммуникации. Концепции опосредованного влияния массовой коммуникации. Общая характеристика современного этапа изучения эффектов массовой коммуникации. Конкретные модели эффектов МК: гипотеза культивации, «спираль молчания», теории информационного дефицита, эффект формирования повестки дня, эффект фрейминга, эффект прайминга, подход «полезности и удовлетворения потребностей». Последствия воздействия СМК.</p> <p>Практическое задание. Привести примеры медиаэффектов в СМИ: 1. медиафрейов 2. прайминга 3. установление повестки дня и др.</p>	2	Тест, УО, Д, Пр	ОПК-4.1, ОПК-4.2

5	5	<p>Теоретическое задание "Методы прикладных исследований в рекламе и связях с общественностью".</p> <p>Качественные методы в исследовании потребительских интересов (фокус-группа, глубинные интервью). Сфера применения количественных исследований в рекламе и связях с общественностью. Традиционный опрос (анкетирование и интервьюирование). Социологический инструментариум омнибуса и холл-теста. Панельный метод опроса. Технология современных способов изучения размеров и состава аудитории. Определение рейтингов СМИ.</p> <p>Практическое задание. Технологии мониторинга СМИ (Медиалогия, Интегрум, СКАН-Интерфакс, ПрессИндекс, Brand Analytics, Mediascope, бесплатные способы мониторинга СМИ и социальных сетей)</p>	2	Тест, УО, Д, Пр	ОПК-4.1, ОПК-4.2
6	6	<p>Творческое задание. "Подготовка и проведение социологического исследования"</p> <p>1 этап. Выбрать тему исследования, связанную с проблемами медиавоздействия и медиапотребления. Подготовить программу исследования (определить проблему (тему) исследования, объект, предмет, цель, задачи исследования, гипотезу, определить понятия, методы, прописать процедуру исследования. Провести исследование.</p> <p>2. этап. Выступить с презентацией результатов исследования, результат оформить в документе pdf</p> <p>Примерная тематика исследования:</p> <p>Отношение к рекламе (интернет рекламе, контекстной рекламе, баннерной рекламе, телевизионной рекламе, нативной рекламе и т.д. и т.п.)</p> <p>Роль региональных медиа в процессе медиапотребления иркутян</p> <p>Медиапредпочтения студентов (иркутян, детей и т.д.)</p> <p>Читательские предпочтения в конкретном медиа (анализ количества просмотров различных типов материалов в "Медузе", "Ленте", "Ноже" и т.д.)</p> <p>Влияние публикаций в СМИ / рекламных интеграций у блогеров / нативной рекламы / на принятие решения о покупке</p> <p>Факторы влияющие на время чтения и дочитывание материалов в онлайн медиа</p>	2	Тест, УО, Д, Пр	ОПК-4.1, ОПК-4.2

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

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
-------	------	---------	-------------------------	-----

1	Социология массовых коммуникаций как отрасль социологического знания	Массовая коммуникация: разнообразие подходов к определению. Структурные составляющие коммуникационных процессов. Социодетерминированный подход к определению специфики массовых коммуникаций.	ОПК-4	ОПК-4.1, ОПК-4.2
2	Институциональные основы массовой коммуникации	Социальные и социально-психологические функции массовой информации.	ОПК-4	ОПК-4.1, ОПК-4.2
3	Основные теоретические направления в исследовании медиа	Медиавоздействие: история изучения	ОПК-4	ОПК-4.1, ОПК-4.2
4	Современные медиаисследования	Роль средств массовой информации в управлении массовым сознанием. Глобализация современных средств массовой коммуникации. Особенности массовой коммуникации в информационном обществе. Информационная инфраструктура России: современные очертания	ОПК-4	ОПК-4.1, ОПК-4.2
5	Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации	Социологические традиции изучения аудитории и публики Количественные и качественные исследования аудитории медиа Индивидуальное глубинное интервью Методика проведения фокус-групп Методы и практики измерений аудитории СМК Медiateкст как социологический документ Социологический анализ содержания медиакommunikаций	ОПК-4	ОПК-4.1, ОПК-4.2
6	Программа эмпирического социологического исследования	Основные российские исследовательские центры (ВЦИОМ, Левада, Медиаскоп)	ОПК-4	ОПК-4.1, 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 полученных 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 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 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

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 прочесть 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.

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.

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 (титольный 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.

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. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472780> (дата обращения: 26.11.2021).

2. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 603 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3195-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425831> (дата обращения: 26.11.2021).

3. 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 :

б) дополнительная литература

1. Лебон, Г. Психология масс / Г. Лебон ; переводчики Э. К. Пименова, А. Фридман. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-09319-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456133>

2. Касьянов, В. В. Социология для журналистов : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09671-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475119> (дата обращения: 26.11.2021).

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 :

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

в) периодическая литература

1. Вестник Московского ун-та. Сер. 18, Социология и политология.

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

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

2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс] : сайт. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>

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

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

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

— Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. - Контракт № 148 от 23.12.2020 г. Акт от 24.12.2020 г. Срок действия по 31.12.2022 г. — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

— ЭБС «Издательство Лань». Контракт № 04-Е-0346 от 12.11.2021 г. № 976 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. — Режим доступа: <https://www.e.lanbook.com>

— ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение к Государственному контракту № 019 от 22.02.2011. Срок действия: бессрочный. — Режим доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>

— ЭБС «Рукопт» ЦКБ «Бибком». № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Акт № 6К-5195 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022г. — Режим доступа: <http://rucont.ru>

— ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. — Режим доступа: <http://ibooks.ru>

— Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021 г. Срок действия по 17.10. 2022 г. – Режим доступа: <https://urait.ru>

— УБД ИВИС. Контракт № 04-Е-0347 от 12.11.2021 г. Акт от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://dlib.eastview.com>

— Электронная библиотека ИД Гребенников. Контракт № 04-Е-0348 от 12.11.2021г.; Акт № 348 от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 – Режим доступа: <http://grebennikon.ru>

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
---	---	--

<p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории:</p> <p>Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) 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 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>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 длябизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</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	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.	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014 Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий) Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177
--	---	---

6.2. Программное обеспечение

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2019	Условия правообладателя

6.3. Технические и электронные средства

Методической системой 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.

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
---------------------	---

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 ученья.
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
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
Лекционно-семинарскозачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподносить его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
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	Социология массовых коммуникаций как отрасль социологического знания	лекция / семинар	Интерактивная (информационно-проблемная) лекция / групповая дискуссия, презентация практических работ	3
2	Институциональные основы массовой коммуникации	лекция / семинар	Интерактивная (информационно-проблемная) лекция / групповая дискуссия, презентация практических работ	3
3	Основные теоретические направления в исследовании медиа	лекция / семинар	Интерактивная (информационно-проблемная) лекция / групповая дискуссия, презентация практических работ	5

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
4	Современные медиаисследования	лекция / семинар	Интерактивная (информационно-проблемная) лекция / групповая дискуссия, презентация практических работ	3
5	Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации	лекция / семинар	Интерактивная (информационно-проблемная) лекция / групповая дискуссия, презентация практических работ	3
6	Программа эмпирического социологического исследования	лекция / семинар	Интерактивная (информационно-проблемная) лекция / групповая дискуссия, презентация практических работ, представление результатов исследования.	3

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные средства текущего контроля

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Тест	Социология массовых коммуникаций как отрасль социологического знания Институциональные основы массовой коммуникации Основные теоретические направления в исследовании медиа Современные медиаисследования Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации Программа эмпирического социологического исследования	ОПК-4.1, ОПК-4.2

2	Устный опрос	Социология массовых коммуникаций как отрасль социологического знания Институциональные основы массовой коммуникации Основные теоретические направления в исследовании медиа Современные медиаисследования Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации Программа эмпирического социологического исследования	ОПК-4.1, ОПК-4.2
3	Практическое задание	Социология массовых коммуникаций как отрасль социологического знания Институциональные основы массовой коммуникации Основные теоретические направления в исследовании медиа Современные медиаисследования Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации Программа эмпирического социологического исследования	ОПК-4.1, ОПК-4.2
4	Доклад/презентация	Основные теоретические направления в исследовании медиа Современные медиаисследования Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации Программа эмпирического социологического исследования	ОПК-4.1, ОПК-4.2

Примеры оценочных средств для текущего контроля

Примерный тест по дисциплине "Социология масс-медиа"

1. Массовая коммуникация – это:
 - а) систематическое распространение сообщений через печать, телевидение, радио, кино, звукозапись, видеозапись среди численно рассредоточенной аудитории;
 - б) средства общения, взаимодействия, включая печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, кино и др.;
 - в) вся сфера духовной (наука, искусство, литература) и духовнопрактической (образование, воспитание, управление) деятельности.
2. Наиболее активно в современных условиях развиваются функции СМИ:
 - а) информационные, развлекательные, а также те, которые обеспечивают художественные и рекламные коммуникации;
 - б) аналитические, объективно отражающие условия жизни общества и помогающие личности, различным группам населения вырабатывать адекватное отношение к актуальным общественным явлениям;

- с) актуализации функций в современных условиях не происходит, они остались прежними.
3. Дайте определение коммуникации:
- а) коммуникация – это информационная связь;
 - б) коммуникация – это взаимодействие различных приемных и передающих устройств;
 - с) коммуникация – это процесс взаимодействия и способ общения, позволяющий создавать, передавать и принимать разнообразную информацию;
 - д) коммуникация – это СМК и СМИ.
4. Социология массовой коммуникации изучает:
- а) процессы функционирования и развития средств массовой коммуникации, социальную обусловленность и последствия их деятельности;
 - б) общество в целом со всеми его законами развития и функционирования;
 - с) специфику общества и социальных отношений.
5. Социология массовой коммуникации относится:
- а) к фундаментальным, общесоциологическим теориям;
 - б) к специальным (частным) социологическим теориям (или «теориям среднего уровня»);
 - с) к конкретным (эмпирическим) социологическим исследованиям.
6. Социологическое изучение массовой коммуникации началось:
- а) в последней трети XIX в.;
 - б) в 1920-е гг.;
 - с) в 1960-е гг.
7. К психологическим функциям массовой коммуникации относятся:
- а) функция самоутверждения и познания;
 - б) функция социальной потребности;
 - с) утилитарная функция.
8. Социологи рассматривают три основные социальные функции СМК, какие лишние:
- а) присвоения статуса;
 - б) наблюдения за окружающим миром;
 - с) развлечения массовой аудитории;
 - д) укрепления социальных норм;
 - е) дисфункционального воздействия СМК.
9. Новая историческая фаза развития цивилизации, в которой главные продукты производства информация и знания, – это:
- а) информационная инфраструктура;
 - б) информационное общество;
 - с) информационная культура.
10. Общественное мнение – это:
- а) совокупность представлений, оценок и суждений здравого смысла, разделяемых большинством населения либо его частью
 - б) система духовных способов отношения людей к миру и к себе
 - с) состояние чувств, умов определенных групп людей в конкретный период времени.
11. Какое определение более полно выражает сущность социологии как науки:
- а) социология – это наука об обществе;
 - б) социология – это система знаний об обществе как социальной системе, о закономерностях социальных образований различных уровней, о деятельности личности;
 - с) социология – это наука о социальных институтах и организациях.
12. Основным признаком толпы служит:
- а) случайность;
 - б) 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.

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Перечень примеров оценочных средств.

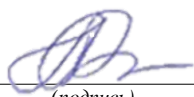
Вопросы:

Вопросы к зачету:

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. Лазарсфельда. 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

(занимаемая должность)

А.В. Сивкова

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы

Протокол № 7 от «15» марта 2022 г.

зав. кафедры



В.Ю. Рабинович

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