

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Направление подготовки

42.03.02 Журналистика

Уровень высшего образования – бакалавриат

Программа подготовки – академический бакалавриат

Форма обучения
очная

Институт	гуманитарного образования
Кафедра	русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации
Курс	1
Семестр	2

Магнитогорск
2017 г.

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного МОиН РФ 07.08.2014 № 951.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации « 31 » августа 2017 г., протокол № 1.

Зав. кафедрой  Л.Н. Чурилина

Рабочая программа одобрена методической комиссией института *гуманитарного образования* «11» сентября 2017 г., протокол № 1.


Председатель  /О.В. Гневэк/

Рабочая программа составлена: доцентом кафедры русского языка,
общего языкознания и массовой коммуникации,
кандидатом филологических наук

 А.В.Подгорская

Рецензент:

Зав. кафедрой русского языка и литературы
МАОУ "Академический лицей"
г. Магнитогорска кандидат филологических наук

 / О. И. Соловьёва/

1. Цели освоения дисциплины:

Целями освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» являются: формирование представления о массовых коммуникациях как социальном институте, развитие которого тесно связано с развитием человеческой цивилизации, со сменой основных социо-политических и экономических укладов, с технологическими и техническими революциями

Задачи:

- сформировать целостное представление о социологии массовой коммуникации;
- раскрыть основные понятия массовой коммуникации;
- раскрыть основные проблемы процессов массовой коммуникации;
- рассмотреть особенности социологических исследований массовой коммуникации;

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы подготовки бакалавра

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» входит в базовую часть блока 1 образовательной программы и является обязательной дисциплиной.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, навыки), сформированные в результате изучения курса «Основы теории коммуникации», «Основы теории журналистики».

Знания (умения, навыки), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для следующих дисциплин: «Теория и практика массовой информации», «Политические технологии в СМИ» и др.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» обучающийся должен обладать следующими компетенциями

Структурный элемент компетенции	Уровень освоения компетенций
ОК-3 способностью использовать знания в области общегуманитарных социальных наук	
Знать:	- последовательность действий по выдвижению научных предположений (гипотез), объясняющих причины данной совокупности фактов; - методологические принципы, на соответствие которым отбираются гипотезы; - суть методов анализа, обобщения и восприятия информации, основные элементы культуры мышления
Уметь:	- рассматривать традиционные и оригинальные подходы рекламных школ к действительности с точки зрения «общественной пользы»; - вести дискуссию, публично представлять результаты работы; - использовать информацию, сообщаемую в аудитории и в прочитанных книгах, четко определять для себя гражданскую позицию.
Владеть:	– навыками объективного анализа важнейших явлений развития общества;

Структурный элемент компетенции	Уровень освоения компетенций
	- основами научного подхода, выработанными на современной стадии развития истории рекламы.
ОПК-3 способностью понимать сущность журналистской профессии как социальной, информационной, творческой, знать ее базовые характеристики, смысл социальных ролей журналиста, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций	
Знать:	- основные этапы и процессы развития мировых тенденций рекламы с развитием общественного движения, общественной мысли, культуры и литературы; - знать и понимать значение опыта мировых рекламистов для развития рекламной деятельности в СМИ.
Уметь:	- свободно ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, использовать этот опыт в практике профессиональной деятельности; - анализировать наиболее значимые факты развития медиаотрасли базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских СМИ; - сравнивать мировые школы развития медиаотрасли и различных видов СМИ.
Владеть:	- методами сбора информации и ее проверки; - навыками восприятия и анализа социальных и профессиональных проблем на основе нравственных ценностей, социальных принципов гражданской позиции, патриотизма, гуманизма; - навыками объективного и диалектического анализа важнейших явлений и процессов мировой рекламы
ОПК- 6 способностью анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ	
Знать:	- психологические и социально-психологические составляющие функционирования СМИ; - особенности работы журналиста в данном аспекте.
Уметь:	- выделять и подвергать анализу проблемы, связанные с профессиональной деятельностью журналиста; - объективно разбирать опыт профессиональной деятельности выдающихся сотрудников СМИ; - подвергать анализу проблемы, связанные с профессиональной деятельностью журналиста
Владеть:	- навыками использовать психологические и социально-психологические составляющие функционирования СМИ, особенности работы журналиста в данном аспекте.
ОПК-9 способность базироваться на современном представлении о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним.	

Структурный элемент компетенции	Уровень освоения компетенций
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> - последовательность действий по выдвижению научных предположений (гипотез), объясняющих причины данной совокупности фактов; - методологические принципы, на соответствие которым отбираются гипотезы; - суть методов анализа, обобщения и восприятия информации, основные элементы культуры мышления
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> - рассматривать традиционные и оригинальные подходы рекламных школ к действительности с точки зрения «общественной пользы»; - вести дискуссию, публично представлять результаты работы; - использовать информацию, сообщаемую в аудитории и в прочитанных книгах, четко определять для себя гражданскую позицию.
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> – навыками объективного анализа важнейших явлений развития общества; - основами научного подхода, выработанными на современной стадии развития истории рекламы.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 академических часов, в том числе:

- контактная работа – 54, 15 академических часов:
 - аудиторная – 51 академический час; из них в интерактивной форме – 14 академических часов.
 - внеаудиторная – 3, 15 академических часов
- самостоятельная работа – 18,15 академических часов;
- подготовка к экзамену – 35,7 академических часов

Раздел/ тема дисциплины	семестр	Аудиторная контактная работа (в академических часах)			Самостоятельная работа (в академических часах)	Вид самостоятельной работы	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат.	практич. занят				
Тема 1 Массовая коммуникация. Основные понятия. СМК как ретранслятор и производитель информации.	2	1		2/2	1	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Подготовка конспекта по теме практического занятия.	Устный ответ на практическом занятии. Проверка конспекта.	ОК-3- з/у/в ОПК-3- з/у/в ОК-6- з/у/в ОПК-9- з/у/в
Тема 2 Средства массовой коммуникации как социальная подсистема	2	1		2/2	1	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Подготовка конспекта по теме практического занятия.	Устный ответ на практическом занятии. Проверка конспекта. Тестирование.	ОК-3- з/у/в ОПК-3- з/у/в ОК-6- з/у/в ОПК-9- з/у/в
Тема 3 Функции и роли СМК Исследования функций СМК. Эмпирический и теоретический анализ	2	1		2	1	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Подготовка конспекта по теме практического занятия.	Устный ответ на практическом занятии. Проверка конспекта. Тестирование.	ОК-3- з/у/в ОПК-3- з/у/в ОК-6- з/у/в ОПК-9- з/у/в
Тема 4 Эволюция представлений социологов на	2	1		2	1	Усвоение лекционного материала. Конспектирование	Устный ответ на практическом	ОК-3- з/у/в ОПК-3- з/у/в ОК-6- з/у/в

Раздел/ тема дисциплины	семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа (в акад. часах)	Вид самостоятельной работы	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат.	практич. занят				
роль СМК						лекции. Подготовка конспекта по теме практического занятия.	занятия. Проверка конспекта. Тестирование.	ОПК-9- з/у/в
Тема 5 Теоретические модели взаимоотношений - одноступенчатая и двухступенчатая модели. Понятие “лидера мнений”.	2	1		2/2	1	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Подготовка конспекта по теме практического занятия.	Устный ответ на практическом занятии. Проверка конспекта. Тестирование.	ОК-3- з/у/в ОПК-3- з/у/в ОК-6- з/у/в ОПК-9- з/у/в
Тема 6 Теория “спирали умолчания” Э.Ноэль и ее прикладное значение для теории взаимоотношений СМК и индивида. Основные теории «конструирования социальной реальности».	2	1		2/2	2	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Подготовка конспекта по теме практического занятия.	Устный ответ на практическом занятии. Проверка конспекта. Тестирование.	ОК-3- з/у/в ОПК-3- з/у/в ОК-6- з/у/в ОПК-9- з/у/в
Тема 7 Понятие цели и результата деятельности. Цели коммуникатора и цели аудитории.	2	1		2	1	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Подготовка конспекта по теме практического занятия.	Устный ответ на практическом занятии. Проверка конспекта. Тестирование.	ОК-3- з/у/в ОПК-3- з/у/в ОК-6- з/у/в ОПК-9- з/у/в
Тема 8 Эффекты и эффективность коммуникации. Способы измерения эффектов и эффективности коммуникации.	2	1		2	1	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Подготовка конспекта по теме практического занятия.	Устный ответ на практическом занятии. Проверка конспекта. Тестирование.	ОК-3- з/у/в ОПК-3- з/у/в ОК-6- з/у/в ОПК-9- з/у/в

Раздел/ тема дисциплины	семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа (в акад. часах)	Вид самостоятельной работы	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат.	практич. занят				
Тема 9 Социологические исследования основных звеньев коммуникативного процесса	2	1		2	1	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Подготовка конспекта по теме практического занятия.	Устный ответ на практическом занятии. Проверка конспекта. Тестирование.	ОК-3- з/у/в ОПК-3- з/у/в ОК-6- з/у/в ОПК-9- з/у/в
Тема 10 Основные этапы развития социологии СМК как науки. Социальные предпосылки оформления социологии СМК как науки.	2	1		2	1	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Подготовка конспекта по теме практического занятия.	Устный ответ на практическом занятии. Проверка конспекта. Тестирование.	ОК-3- з/у/в ОПК-3- з/у/в ОК-6- з/у/в ОПК-9- з/у/в
Тема 11 Научные, прагматические, идеологические факторы развития социологии СМК. Коммуникатор и социологические способы его изучения	2	1		2/2	1	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Подготовка конспекта по теме практического занятия.	Устный ответ на практическом занятии. Проверка конспекта. Тестирование.	ОК-3- з/у/в ОПК-3- з/у/в ОК-6- з/у/в ОПК-9- з/у/в
Тема 12 Факторы, определяющие состав и границы аудитории. Методы изучения аудитории. Исследования аудитории: анализ “количества” и “качества”. Соотношение массовых опросов и “малых” качественных методов. Анкетирование, интервьюирование, тесты, фокус-группы, психолингвистические процедуры, метод семантического	2	2		4/2	2	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Подготовка конспекта по теме практического занятия.	Устный ответ на практическом занятии. Проверка конспекта. Контрольное тестирование.	ОК-3- з/у/в ОПК-3- з/у/в ОК-6- з/у/в ОПК-9- з/у/в

Раздел/ тема дисциплины	семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа (в акад. часах)	Вид самостоятельной работы	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат.	практич. занят				
дифференциала.								
Тема 13 Социально-демографические характеристики аудитории и ее характеристики сознания как фильтры восприятия содержания СМК. Внимание, понимание, освоение и усвоение как основные стадии в процессе потребления информации. Потребление информации аудиторией: факторы и барьеры.	2	2		4	2	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Подготовка конспекта по теме практического занятия.	Устный ответ на практическом занятии. Проверка конспекта. Тестирование.	ОК-3- з/у/в ОПК-3- з/у/в ОК-6- з/у/в ОПК-9- з/у/в
Тема 14 Технические и “вербальные” способы получения информации. Получение информации о размерах аудитории: роль спросов. Основные единицы измерения телеаудитории.	2	1		2/2	1	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Подготовка конспекта по теме практического занятия.	Устный ответ на практическом занятии. Проверка конспекта. Тестирование.	ОК-3- з/у/в ОПК-3- з/у/в ОК-6- з/у/в ОПК-9- з/у/в
Тема 15 Методы изучения целевой аудитории журналов, газет, Интернет-ресурсов. Факторы, влияющие на процесс восприятия медиа-информации.	2	1		2	1,15	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Подготовка конспекта по теме практического занятия.	Устный ответ на практическом занятии. Проверка конспекта. Тестирование.	ОК-3- з/у/в ОПК-3- з/у/в ОК-6- з/у/в ОПК-9- з/у/в
Итого по дисциплине	108	17		34/14	18,15		Промежуточный контроль (экзамен)	

5. Образовательные и информационные технологии

Для формирования компетенции и реализации предусмотренных видов учебной работы в учебном процессе используются следующие технологии.

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные и информационные технологии:

Информационная лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

Проблемная лекция – изложение материала, предполагающее постановку проблемных и дискуссионных вопросов, освещение различных научных подходов, авторские комментарии, связанные с различными моделями интерпретации изучаемого материала.

Лекция-визуализация – изложение содержания сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в т.ч. иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов).

В самостоятельной работе используются:

Конспектирование лекций – служит средством развития умственных способностей человека (мобилизует внимание, активизирует восприятие, мышление), вырабатывает умение в короткой и сжатой форме излагать мысли, развивает навыки литературного изложения, повышает культуру речи.

Поисковый метод – обеспечивает вовлечение учащихся в процесс самостоятельного приобретения знаний, сбора и исследования информации.

Исследовательский метод – организация поисковой, познавательной деятельности учащихся путем постановки учителем познавательных и практических задач, требующих самостоятельного творческого решения.

Обучение в электронной образовательной среде с использованием Интернет-ресурсов (IT-методы).

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Перечень тем для подготовки к практическим занятиям:

Тема 1. Социология как наука

- 1.Функции социологического знания
- 2.Функции социологии
- 3.Общая характеристика предметной области социологии.
- 4.Специфика социологического объяснения.
- 5.Система социологического знания.

Тема 2. Социальное действие и социальное взаимодействие

1. Признаки социального действия
2. Социальное действие.
3. Теории социального взаимодействия
4. Концепция социального обмена
5. Концепция символического интеракционизма
6. Концепция управления впечатлениями

Тема 3. Социальная коммуникация

1. Основные определения и модели процесса коммуникации
2. Виды социальной коммуникации

3. Общественное мнение и социальные стереотипы как результаты массовой коммуникации. *Социальный стереотип. Общественное мнение. Информационные барьеры*
4. Слухи как пример неформальной коммуникации

Тема 4. Социальная структура

1. Социальные общности
2. Социальная мобильность

Тема 5. Социальная организация

1. Организация как социальная система
2. Социальные свойства организаций. Их признаки.

Тема 6. Исследования в структуре средств массовой коммуникации

1. Роль анализа документов в социологии массовых коммуникаций
2. Роль опроса - как метод исследования в социологии массовых коммуникаций

Примерный перечень тем рефератов:

1. Деятельность СМК: функциональный подход
2. Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход
3. Информация в жизни биологических сообществ
4. Коммуникация как фактор стабильности и развития социума
5. СМК и модернизационные тенденции развития человечества
6. СМК как социальная подсистема
7. Характеристики различных способов передачи информации
8. Оформление массовой коммуникации как социального института
9. Аудитория СМК
10. Содержание процессов коммуникации в массовом обществе
11. Функции и роли СМК
12. Функциональный подход к деятельности СМК
13. : Докоммуникативная и коммуникативная стадии функций СМК
14. Воздействие информации на потребителя — посткоммуникативная стадия
15. История изучения коммуникации
16. Роль СМК в жизни общества и индивида
17. Эволюция представлений социологов о роли СМК в жизни общества и индивида
18. Отечественная социология СМК в фарватере мировых тенденций
19. Реализация интересов социальных субъектов посредством СМК
20. Государство и его взаимоотношения с СМК
21. Законодательная, исполнительная и судебная власть и пресса
22. Особенности коммуникаций в современном обществе
23. Усиление роли политической коммуникации в современном обществе
24. Роль рекламы в презентации политических сил
25. Факторы воздействия на электорат
26. Данные опросов общественного мнения как фактор воздействия на электорат
27. СМК И БИЗНЕС
28. Интересы аудитории, личности и общества в деятельности СМК
29. Роль социологических исследований в деятельности СМК
30. Место исследований о Коммуникаторе в социологии СМК
31. Контент-анализ в арсенале социологии СМК

32. Социологические исследования аудитории
33. Способы измерения теле-радиоаудитории
34. Роль выборки при изучении Аудитории
35. Количественные и качественные методики изучения аудитории СМК

Тесты для самопроверки:

Выберите правильный ответ:

1. Под коммуникацией в широком смысле понимается:

А. Система, в которой осуществляется взаимодействие. Б. Процесс взаимодействия.

В. Способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию.

Г. Система, процесс взаимодействия, способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию.

2. Под коммуникацией в узком смысле понимается:

А. Общение, передача информации от человека (группы) к человеку (группе); специфическая форма их взаимодействия в процессе жизнедеятельности с помощью языка и других сигнальных форм связи.

Б. Передача информации от человека (группы) к кибернетической системе.

В. Специфическая форма их взаимодействия в профессиональной деятельности.

Г. Взаимодействие с помощью невербальных форм связи.

3. По Ж. Д'Арси права человека на коммуникацию, включают:

А. Возможность обеспечения материальных условий коммуникации.

Б. Возможность обеспечения и материальных и духовных условий коммуникации.

В. Возможность обеспечения материальных условий коммуникации и условия для развития рыночных отношений.

Г. Возможность обеспечения исключительно духовных условий коммуникации.

4. Социология изучает:

А. Функциональные особенности общения различных социальных групп, представляющего их взаимодействие.

Б. Передачу и получение смысловой и оценочной информации с целью повышения эффективности жизнедеятельности.

В. Механизм оказания воздействия на определенные сообщества.

Г. Исключительно общение профессиональных групп.

5. Для социолога важно исследование коммуникации как:

А. Познания психологических особенностей взаимодействия субъектов.

Б. Социально обусловленного процесса, в рамках которого формируются индивидуальные и групповые установки коммуникативного поведения.

В. Взаимодействие коммуникативных факторов преимущественно в экономической системе общества.

Г. Определение единиц, категорий и частных функций маркетинговых коммуникаций.

6. Коммуникативные цели это:

А. Выделение видов коммуникативных систем.

- Б. Определение уровней массовой коммуникации.
- В. Установление, поддержание взаимосвязей между заинтересованными субъектами.
- Г. Формирование совокупности поступков, мероприятий, обеспечивающих достижение превосходства одной группы над другой.

7. В социологии коммуникации:

- А. Изучаются только межличностные коммуникации.
- Б. Исследуется психологический процесс достижения взаимопонимания между людьми.
- В. Всесторонне изучается только массовая коммуникация.
- Г. Изучаются все виды социальных коммуникаций с социологической точки зрения.

8. Историю развития коммуникаций хронологически можно рассматривать как:

- А. Как стадии коммуникационных революций: 1) изобретение письменности; 2) изготовление печатного станка (эра Гутенберга); 3) внедрение электронных масс-медиа (—Третья волна Э.Тоффлера); 4) развитие интерактивной электронной коммуникации и виртуализация коммуникаций (—Четвертая волна Ф.Шаркова).
- Б. Преодоление физических, географических, административно-государственных, цензурных границ.
- В. Историческое изучение социальных факторов, обуславливающие влияние массовой коммуникации на формирование общественного мнения.
- Г. Переход от межличностных к межгрупповым и массовым формам коммуникации.

9. Социальная коммуникация это:

- А. Взаимодействие в информационном обществе человека с киберсистемами.
- Б. Формирование социального знания и оценочных категорий коммуникации.
- В. Коммуникации, обусловленные социальными факторами.
- Г. Взаимодействие людей, обусловленная целым рядом социально значимых оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных сфер и норм общения, принятых в обществе, в данном социуме.

10. Общими условиями функционирования массовой коммуникации являются:

- А. Социальная значимость информации, способствующая возникновению, распространению и поддержанию функционирования массовой коммуникации;
- Б. Наличие массовой аудитории, социальная значимость информации, наличие соответствующих средств, многоканальность коммуникаций.
- В. Наличие соответствующих средств, поддерживающих процесс функционирования массовых коммуникаций.
- Г. Многоканальность осуществляемых коммуникаций и вариативность коммуникативных средств.

11. Коммуникативный процесс это:

- А. Процесс получения информации людьми о состоянии природной среды.
- Б. Динамическая смена коммуникантов на различных этапах коммуникативного процесса.

В. Процесс взаимодействия между различными субъектами коммуникации при котором осуществляется обмен информацией, включающий в себя динамическую смену этапов формирования, передачи, приема, расшифровки и использования информации в обоих направлениях при взаимодействии коммуникантов.

Г. Прием и расшифровка информации о состоянии атмосферы.

12. Коммуникативная личность представляет собой:

А. Специфический социальный феномен, исключительно одаренный человек.

Б. Личность, обладающая целым рядом индивидуальных характеристик (коммуникабельность, харизма и др.), способствующих выполнению таких социально значимых функций как взаимодействие и воздействие.

В. «Коммуникабельный» человек, который резко ограничивает свои действия ради сохранения своих личных секретов.

Г. Личность, именуемая способностью быстро устанавливать контакты с нужными людьми.

13. Элементами линейной цепи коммуникации являются:

А. Кодирование, передача сигнала, канал (передаточный механизм), прием и декодирование, обратная связь, помехи и барьеры.

Б. Преобразование сигнала в форму, обеспечивающую оптимальную передачу сигнала по определенному каналу коммуникации.

В. Устное обращение, телефонная и интерактивная (двухсторонняя телесвязь), собрания, митинги, шествия и др.

Г. Передача прием и декодирование сигнала.

14. Аргументация это:

А. Попытка выяснить причины собственного непонимания или неприятия установок другой стороной.

Б. Приведение примеров из личной жизни для собственного понимания и для убеждения реципиента (стороне, которая принимает информацию).

В. Процесс суждений, приводимых в подтверждение истинности другого суждения (концепции, теории), процедура, служащая обоснованию точки зрения аргументатора.

Г. Перечисление аргументов и фактов, которые в науке выступают как основные факторы разработки научных положений.

15. Под речевой коммуникацией социологами понимается:

А. Речь публичного политика.

Б. Социально обусловленный вид деятельности людей, разговорное общение, в процессе которого происходит обмен мыслями, информацией, эмоциональным переживанием собеседников.

В. Процесс установления и развития контактов между людьми с целью обмена информацией. Г. Актуализация коммуникативной функции языка в тех или иных речевых ситуациях.

16. Барьеры коммуникации это:

А. Помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между коммуникатором и реципиентом, препятствующие адекватному приему, пониманию и усвоению сообщений в процессе осуществления коммуникативных связей.

Б. Препятствия, возникающие при применении системного подхода к формированию и изучению моделей коммуникации.

В. Это помехи, мешающие осуществлению информационного процесса в социокультурном контексте.

Г. Это помехи, препятствующие нарушению социальных закономерностей во взаимодействии между коммуникатором и реципиентом.

17. Барьеры коммуникации по характеру действующих помех подразделяются на:

А. Опасные и неопасные.

Б. Желательные и нежелательные. В. Простые и сложные

Г. Технические, психологические, психофизиологические, социальные, культурно-национальные.

18. В межличностных коммуникациях:

А. Как отправителем, так и получателем выступают отдельные индивиды; осуществляются непосредственные контакты между субъектами общения.

Б. Отсутствует обратная связь, которая не нужна, так как нет необходимости оказывать регулирующее воздействие на ход общения.

В. Осуществляется одновременное двухстороннее сообщение, что обязательно обогащает мировоззрение участников коммуникации.

Г. Сам процесс коммуникации имеет доминирующую ценность, что позволяет из содержания коммуникации полностью исключить негативные моменты.

19. Межличностная форма коммуникации:

А. Менее формализована, чем массовые коммуникации, содержание и форма определяется исходя из функций массовой коммуникации.

Б. В некоторых случаях формализована в своих проявлениях.

В. Исключает ролевые функции сторон в общении.

Г. Играет главную роль в формировании и социализации личности. в противовес массовым формам носит более стандартный, рациональный и инструментальный характер.

20. Какую роль играет информация в коммуникативной системе?

А. Поскольку структура знаний намного сложнее структуры информации не имеет смысла говорить о роли информации в коммуникативной системе.

Б. По своему содержанию социальная информация является совокупностью знаний о состоянии и взаимодействии различных институтов общества и воздействия общественного сознания на общественную практику.

В. Информация, как комплекс сведений, необходимых для успешного функционирования коммуникативной системы, является основным обязательным элементом любой коммуникативной системы.

Г. Социальная информация - это актуальная для общества и находящаяся в обращении часть знания. Она включает в себя сведения, отражающие объективную и субъективную социальную реальность о процессах, мотивах, чувствах, настроениях, фактах, основанных на интересах и потребностях различных социальных групп.

21. Какое из суждений о массовой информации является наиболее правильным?

А. Массовая информация — это политическая информация, которая раздражает — простое население, поскольку в средствах массовой информации сплошная ложь.

Б. Потоки информации, циркулирующие в обществе и обслуживающие различные социальные организации представляют собой массовую информацию.

В. Массовая информация является видом социальной информации, которым пользуется послушная масса людей.

Г. Массовая информация универсальна по своему содержанию, ее адресат представляет собой систему «с открытыми границами». Или иначе массовая информация является видом социальной информации, которым пользуется большая по величине масса людей как на этапе её производства, как и на этапах распространения и потребления.

22. Средства массовой информации (СМИ) являются:

А. Инструментом массовой обработки мнения населения в пользу наиболее богатых слоев населения

Б. Средствами, посредством которых актуальная информация доносится до большинства населения.

В. Массовым средством хранения информации на бумажном или электронном носителе.

Г. Разновидностью средств массовой коммуникации, назначение которых собирать массовую информацию.

Вопросы к экзамену по дисциплине «Социология массовых коммуникаций»:

1. Социология массовой коммуникации: предмет, методы, функции
2. Особенности социологического подхода к изучению массовой коммуникации
3. История становления социологии массовой коммуникации: этапы, школы и основные представители
4. Современное состояние социологии массовой коммуникации
5. Изучение массовой коммуникации в России: история и современность
6. Понятие массовой коммуникации как социального явления
7. Массовая коммуникация в жизни общества: причины возникновения, этапы развития, тенденции эволюции
8. Глобализация современных средств массовой коммуникации
9. Функции массовой коммуникации
10. Средства массовой коммуникации: разновидности и особенности. Проблема дублирования и кооперации СМК
11. Средства массовой информации как «четвертая власть»
12. Взаимодействие СМИ и государственной власти: модели и реальная практика в мире и Российской Федерации
13. Экономические, политические, правовые и иные условия реализации свободы слова и информации
14. Проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала
15. Общественность и средства массовой информации
16. Общественное мнение: природа, структура, механизмы формирования и функционирования
17. Роль средств массовой информации в управлении массовым сознанием
18. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном и общественном уровнях
19. Средства массовой коммуникации и социальные проблемы
20. Понятие и типология социальных проблем
21. Конструктивизм в исследованиях массовой коммуникации
22. Средства массовой информации, реклама и общество
23. Реклама в социологии и социология в рекламе
24. СМИ как основной носитель рекламы
25. Особенности рекламы в различных видах СМИ
26. Коммерческая, политическая и социальная реклама в средствах массовой

информации

27. Медиапланирование

28. Социологическое изучение различных видов СМК для нужд ПР-практики

29. Специфика ПР-деятельности в отношении различных видов СМК

30. Особенности взаимоотношений ПР и СМИ в политической сфере

31. Особенности взаимоотношений ПР и СМИ в органах государственной службы

32. Контент-анализ и его разновидности

33. Программа эмпирического социологического исследования

34. Опрос и его специфика

35. Количественные методы сбора первичной социологической информации

36. Качественные методы сбора первичной социологической информации

37. Анализ документов и его специфика

38. Фокус-группа, её возможности и ресурсы

39. Прикладные исследования коммуникатора

40. Специфика исследования в социологии массовой аудитории

41. Исследование содержания массовых коммуникаций в социологии

42. Массовая коммуникация и молодежная аудитория

43. Молодежь как целевая группа в ПР-кампаниях и рекламе

44. Методики исследования содержания информации

7. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Виды промежуточной аттестации по дисциплине «Социология массовых коммуникаций» в соответствии с учебным планом: экзамен – 2 семестр.

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации.

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
ОК-3 способностью использовать знания в области общегуманитарных социальных наук		
Знать	<p>- последовательность действий по выдвижению научных предположений (гипотез), объясняющих причины данной совокупности фактов;</p> <p>- методологические принципы, на соответствие которым отбираются гипотезы;</p> <p>- суть методов анализа, обобщения и восприятия информации, основные элементы культуры мышления</p>	<p>Перечень теоретических вопросов к экзамену:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Социология массовой коммуникации: предмет, методы, функции 2. Особенности социологического подхода к изучению массовой коммуникации 3. История становления социологии массовой коммуникации: этапы, школы и основные представители 4. Современное состояние социологии массовой коммуникации 5. Понятие массовой коммуникации как социального явления <p>Тесты:</p> <p>1. Социология изучает:</p> <p>А. Функциональные особенности общения различных социальных групп, представляющего их взаимодействие.</p> <p>Б. Передачу и получение смысловой и оценочной информации с целью повышения эффективности жизнедеятельности.</p> <p>В. Механизм оказания воздействия на определенные сообщества.</p> <p>Г. Исключительно общение профессиональных групп.</p> <p>2. Для социолога важно исследование коммуникации как:</p> <p>А. Познания психологических особенностей взаимодействия субъектов.</p> <p>Б. Социально обусловленного процесса, в рамках которого формируются индивидуальные и групповые установки коммуникативного поведения.</p> <p>В. Взаимодействие коммуникативных факторов преимущественно в экономической</p>

		<p>системе общества.</p> <p>Г. Определение единиц, категорий и частных функций маркетинговых коммуникаций.</p>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> - рассматривать традиционные и оригинальные подходы рекламных школ к действительности с точки зрения «общественной пользы»; - вести дискуссию, публично представлять результаты работы; - использовать информацию, сообщаемую в аудитории и в прочитанных книгах, четко определять для себя гражданскую позицию. 	<p>Примерные практические задания для экзамена:</p> <p>1. Элементами линейной цепи коммуникации являются:</p> <p>А. Кодирование, передача сигнала, канал (передаточный механизм), прием и декодирование, обратная связь, помехи и барьеры.</p> <p>Б. Преобразование сигнала в форму, обеспечивающую оптимальную передачу сигнала по определенному каналу коммуникации.</p> <p>В. Устное обращение, телефонная и интерактивная (двухсторонняя телесвязь), собрания, митинги, шествия и др.</p> <p>Г. Передача прием и декодирование сигнала.</p> <p>2. Охарактеризуйте эти элементы .</p>
Владеть	<ul style="list-style-type: none"> – навыками объективного анализа важнейших явлений развития общества; - основами научного подхода, выработанными на современной стадии развития истории рекламы. 	<p>Пример комплексного задания по курсу:</p> <p>Известный исследователь из Великобритании, Дэниел Чэндлер (Daniel Chandler) считает, что семиотика помогает глубже понять обыденность, то, с чем мы обычно свыкаемся и о чем обычно не говорим, воспринимаем как данность. Она помогает нам, в частности, задуматься об отсутствующем, о тех вещах, отсутствие которых значимо для нас. Она также помогает нам понять, что мы живем среди условностей, что, например, новости или фотографии, являются не отражением мира, а способом построения определенной картины мира. Приведите свои собственные примеры знакового анализа предметов и событий, текстов и изображений.</p>
<p>ОПК-3 способностью понимать сущность журналистской профессии как социальной, информационной, творческой, знать ее базовые характеристики, смысл социальных ролей журналиста, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций</p>		
Знать	<ul style="list-style-type: none"> - основные этапы и процессы развития мировых тенденций рекламы с развитием общественного движения, общественной мысли, 	<p>Перечень теоретических вопросов к экзамену:</p> <p>1. Изучение массовой коммуникации в России: история и современность</p> <p>2. Массовая коммуникация в жизни общества: причины возникновения, этапы развития, тенденции эволюции.</p>

	<p>культуры и литературы; - знать и понимать значение опыта мировых рекламистов для развития рекламной деятельности в СМИ.</p>	<p>3. Глобализация современных средств массовой коммуникации. 4. Функции массовой коммуникации 5. Средства массовой коммуникации: разновидности и особенности. Проблема дублирования и кооперации СМК Тесты: 1. Средства массовой информации (СМИ) являются: А. Инструментом массовой обработки мнения населения в пользу наиболее богатых слоев населения Б. Средствами, посредством которых актуальная информация доносится до большинства населения. В. Массовым средством хранения информации на бумажном или электронном носителе. Г. Разновидностью средств массовой коммуникации, назначение которых собирать массовую информацию. 2. Барьеры коммуникации это: А. Помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между коммуникатором и реципиентом, препятствующие адекватному приему, пониманию и усвоению сообщений в процессе осуществления коммуникативных связей. Б. Препятствия, возникающие при применении системного подхода к формированию и изучению моделей коммуникации. В. Это помехи, мешающие осуществлению информационного процесса в социокультурном контексте. Г. Это помехи, препятствующие нарушению социальных закономерностей</p>
<p>Уметь</p>	<p>- свободно ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, использовать этот опыт в практике профессиональной деятельности; - анализировать наиболее значимые факты развития медиаотрасли</p>	<p>Примерные практические задания для экзамена: 1. Историю развития коммуникаций хронологически можно рассматривать как: А. Как стадии коммуникационных революций: 1) изобретение письменности; 2) изготовление печатного станка (эра Гутенберга); 3) внедрение электронных масс-медиа (—Третья волна Э.Тоффлера); 4) развитие интерактивной электронной</p>

	<p>базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских СМИ;</p> <p>- сравнивать мировые школы развития медиаотрасли и различных видов СМИ.</p>	<p>коммуникации и виртуализация коммуникаций (—Четвертая волна! Ф.Шаркова).</p> <p>Б. Преодоление физических, географических, административно-государственных, цензурных границ.</p> <p>В. Историческое изучение социальных факторов, обуславливающие влияние массовой коммуникации на формирование общественного мнения.</p> <p>Г. Переход от межличностных к межгрупповым и массовым формам коммуникации.</p> <p>2. По Ж. Д Арси права человека на коммуникацию, включают:</p> <p>А. Возможность обеспечения материальных условий коммуникации.</p> <p>Б. Возможность обеспечения иматериальных и духовных условий коммуникации.</p> <p>В. Возможность обеспечения материальных условий коммуникации и условия для развития рыночных отношений.</p> <p>Г. Возможность обеспечения исключительно духовных условий коммуникации.</p>
Владеть	<p>- методами сбора информации и ее проверки;</p> <p>- навыками восприятия и анализа социальных и профессиональных проблем на основе нравственных ценностей, социальных принципов гражданской позиции, патриотизма, гуманизма;</p> <p>- навыками объективного и диалектического анализа важнейших явлений и процессов мировой рекламы</p>	<p>Пример комплексного задания по курсу:</p> <p>1. Проведите коммуникативный анализ записей новостей разных телевизионных и радиокomпаний. Каким образом одно и то же событие интерпретируется разными СМИ, какие средства коммуникативного воздействия используются?</p> <p>2. Сделайте коммуникативный анализ сообщения о защите докторской диссертации депутатом Государственной думы и лидером фракции ЛДПР.</p>
<p>ОПК- 6 способностью анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ</p>		
Знать	<p>- психологические и социально-психологические составляющие функционирования СМИ;</p> <p>- особенности работы журналиста в данном аспекте.</p>	<p>Перечень теоретических вопросов к экзамену:</p> <p>1. Средства массовой информации как «четвертая власть»</p> <p>2. Взаимодействие СМИ и государственной власти: модели и реальная практика в мире и Российской Федерации</p> <p>3. Экономические, политические, правовые и иные условия реализации свободы слова</p>

		<p>и информации</p> <p>4. Проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала</p> <p>5. Общественность и средства массовой информации</p> <p>Тесты:</p> <p>1. Социальная коммуникация это:</p> <p>А. Взаимодействие в информационном обществе человека с киберсистемами.</p> <p>Б. Формирование социального знания и оценочных категорий коммуникации.</p> <p>В. Коммуникации, обусловленные социальными факторами.</p> <p>Г. Взаимодействие людей, обусловленная целым рядом социально значимых оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных сфер и норм общения, принятых в обществе, в данном социуме.</p> <p>2. Общими условиями функционирования массовой коммуникации являются:</p> <p>А. Социальная значимость информации, способствующая возникновению, распространению и поддержанию функционирования массовой коммуникации;</p> <p>Б. Наличие массовой аудитории, социальная значимость информации, наличие соответствующих средств, многоканальность коммуникаций.</p> <p>В. Наличие соответствующих средств, поддерживающих процесс функционирования массовых коммуникаций.</p> <p>Г. Многоканальность осуществляемых коммуникаций и вариативность коммуникативных средств.</p>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> - выделять и подвергать анализу проблемы, связанные с профессиональной деятельностью журналиста; - объективно разбирать опыт профессиональной деятельности выдающихся сотрудников СМИ; - подвергать анализу проблемы, 	<p>Примерные практические задания для экзамена:</p> <p>1. Какую роль играет информация в коммуникативной системе?</p> <p>А. Поскольку структура знаний намного сложнее структуры информации не имеет смысла говорить о роли информации в коммуникативной системе.</p> <p>Б. По своему содержанию социальная информация является совокупностью знаний о состоянии и взаимодействии различных институтов общества и воздействия общественного сознания на общественную практику.</p>

	связанные с профессиональной деятельностью журналиста	<p>В. Информация, как комплекс сведений, необходимых для успешного функционирования коммуникативной системы, является основным обязательным элементом любой коммуникативной системы.</p> <p>Г. Социальная информация - это актуальная для общества и находящаяся в обращении часть знания. Она включает в себя сведения, отражающие объективную и субъективную социальную реальность о процессах, мотивах, чувствах, настроениях, фактах, основанных на интересах и потребностях различных социальных групп.</p> <p>2. Межличностная форма коммуникации:</p> <p>А. Менее формализована, чем массовые коммуникации, содержание и форма определяется исходя из функций массовой коммуникации.</p> <p>Б. В некоторых случаях формализована в своих проявлениях.</p> <p>В. Исключает ролевые функции сторон в общении.</p> <p>Г. Играет главную роль в формировании и социализации личности. в противовес массовым формам носит более стандартный, рациональный и инструментальный характер.</p>
Владеть	- навыками использовать психологические и социально-психологические составляющие функционирования СМИ, особенности работы журналиста в данном аспекте.	<p>Пример комплексного задания по курсу:</p> <p>1. Проанализируйте многоканальность и направленность предвыборной коммуникации на примере региональных выборов.</p> <p>2. Используя дополнительную литературу, изучите семиотические особенности коммуникации в таких сферах, как реклама, архитектура, кино, фотография, изобразительное искусство, музыка, театр, политика. Приведите примеры знаков из этих коммуникативных сфер.</p>
<p>ОПК-9 способность базироваться на современном представлении о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним.</p>		
Знать	- последовательность действий по выдвижению научных предположений (гипотез), объясняющих причины данной совокупности фактов;	<p>Перечень теоретических вопросов к экзамену:</p> <p>1. Общественное мнение: природа, структура, механизмы формирования и функционирования</p> <p>2. Роль средств массовой информации в управлении массовым сознанием</p> <p>3. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном и общественном уровнях</p>

	<p>- методологические принципы, на соответствие которым отбираются гипотезы;</p> <p>- суть методов анализа, обобщения и восприятия информации, основные элементы культуры мышления</p>	<p>4. Средства массовой коммуникации и социальные проблемы</p> <p>5. Реклама в социологии и социология в рекламе</p> <p>Тесты:</p> <p>3. Под коммуникацией в широком смысле понимается:</p> <p>А. Система, в которой осуществляется взаимодействие.</p> <p>Б. Процесс взаимодействия.</p> <p>В. Способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию.</p> <p>Г. Система, процесс взаимодействия, способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию.</p> <p>4. Под коммуникацией в узком смысле понимается:</p> <p>А. Общение, передача информации от человека (группы) к человеку (группе); специфическая форма их взаимодействия в процессе жизнедеятельности с помощью языка и других сигнальных форм связи.</p> <p>Б. Передача информации от человека (группы) к кибернетической системе.</p> <p>В. Специфическая форма их взаимодействия в профессиональной деятельности.</p> <p>Г. Взаимодействие с помощью невербальных форм связи.</p>
<p>Уметь</p>	<p>- рассматривать традиционные и оригинальные подходы рекламных школ к действительности с точки зрения «общественной пользы»;</p> <p>- вести дискуссию, публично представлять результаты работы;</p> <p>- использовать информацию, сообщаемую в аудитории и в прочитанных книгах, четко определять для себя гражданскую позицию.</p>	<p>Примерные практические задания для экзамена:</p> <p>1. Какое из суждений о массовой информации является наиболее правильным?</p> <p>А. Массовая информация — это политическая информация, которая раздражает —простое население, поскольку в средствах массовой информации сплошная ложь.</p> <p>Б. Потоки информации, циркулирующие в обществе и обслуживающие различные социальные организации представляют собой массовую информацию.</p> <p>В. Массовая информация является видом социальной информации, которым пользуется послушная масса людей.</p> <p>Г. Массовая информация универсальна по своему содержанию, ее адресат представляет собой систему «с открытыми границами». Или иначе массовая информация является видом социальной информации, которым пользуется большая по величине масса людей как на этапе</p>

		ее производства, как и на этапах распространения и потребления.
Владеть	<ul style="list-style-type: none"> – навыками объективного анализа важнейших явлений развития общества; - основами научного подхода, выработанными на современной стадии развития истории рекламы. 	<p>Пример письменного комплексного задания по курсу: Проведите коммуникативный анализ записей новостей разных телевизионных и радиокompаний. Каким образом одно и то же событие интерпретируется разными СМИ, какие средства коммуникативного воздействия используются?</p>

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Социология массовых коммуникаций» включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в виде тестирования или по билетам. Тестовые задания и билеты составляются в соответствии с материалом учебной дисциплины. Экзаменационный билет включает 2 теоретических вопроса и одно практическое задание.

Подготовка к экзамену заключается в изучении и тщательной проработке студентом учебного материала дисциплины с учётом учебников, лекционных и семинарских занятий, сгруппированном в виде контрольных вопросов.

На экзамен по курсу (в том числе и на итоговое тестирование) студент обязан представить:

- полный конспект лекций (даже в случаях разрешения свободного посещения учебных занятий);
- полный конспект семинарских занятий (даже в случаях разрешения свободного посещения учебных занятий);
- реферат (рефераты) по указанной преподавателем тематике (в случае пропусков (по неуважительной или уважительной причине) в качестве отработки пропущенного материала);
- конспекты дополнительной литературы по курсу (в качестве отработки пропущенного материала).

На экзамене по билетам студент даёт ответы на вопросы билета после предварительной подготовки. Студенту предоставляется право отвечать на вопросы билета без подготовки по его желанию. Преподаватель имеет право задавать дополнительные вопросы, если студент недостаточно полно осветил тематику вопроса, если затруднительно однозначно оценить ответ, если студент не может ответить на вопрос билета, если студент отсутствовал на занятиях в семестре.

Качественной подготовкой к экзамену является:

- полное знание всего учебного материала по курсу, выражающееся в строгом соответствии излагаемого студентом материалу учебника, лекций и семинарских занятий;
- свободное оперирование материалом, выражающееся в выходе за пределы тематики конкретного вопроса с целью оптимально широкого освещения вопроса (свободным оперированием материалом не считается рассуждение на общие темы, не относящиеся к конкретно поставленному вопросу);
- демонстрация знаний дополнительного материала;
- чёткие правильные ответы на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменатором с целью выяснить объём знаний студента.

Неудовлетворительной подготовкой, вследствие которой студент не сдаёт экзамен, является:

- недостаточное знание всего учебного материала по курсу, выражающееся в слишком общем соответствии либо в отсутствии соответствия излагаемого студентом материалу учебника, лекций и семинарских занятий;
- нечёткие ответы или отсутствие ответа на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменатором с целью выяснить объём знаний студента;
- отсутствие подготовки к экзамену или отказ студента от сдачи экзамена.

Критерии оценки

- на оценку «отлично» – студент должен показать высокий уровень сформированности компетенций не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и

интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам, оценки и вынесения критических суждений;

– на оценку «хорошо» – студент должен показать знания не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам;

– на оценку «удовлетворительно» – студент должен показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, интеллектуальные навыки решения простых задач;

– на оценку «неудовлетворительно» – студент не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература:

1. Тюплина, И. А. Социология массовой коммуникации : учебно-методическое пособие / И. А. Тюплина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). URL:

https://magtu.informsistema.ru/uploader/fileUpload?name=2280.pdf&show=dcatalogues/1/1_129886/2280.pdf&view=true (дата обращения: 14.05.2020). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Касьянов В.В. Социология массовой коммуникации : учебник. - М.: Юрайт, 2020. - 221 с. - URL: <https://urait.ru/viewer/sociologiya-massovoy-kommunikacii-453915#page/2>

б) Дополнительная литература:

1 Касьянов В.В. Социология для журналистов: учебник. - М.: Юрайт, 2020. - 197 с. - Режим доступа: <https://urait.ru/viewer/sociologiya-dlya-zhurnalistov-456118#page/2>

2. Пищугина, О. С. Социология рекламной деятельности : учебно-методическое пособие / О. С. Пищугина, О. А. Питько ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: https://magtu.informsistema.ru/uploader/fileUpload?name=2796.pdf&show=dcatalogues/1/1_132962/2796.pdf&view=true . - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

3. Распутина, С. П. Социология : учебное пособие / С. П. Распутина, И. А. Тюплина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL:

https://magtu.informsistema.ru/uploader/fileUpload?name=2713.pdf&show=dcatalogues/1/1_131986/2713.pdf&view=true (дата обращения: 14.05.2020). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

4. Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник. - М.: Юрайт, 2020. - 603 с. - Режим доступа: <https://urait.ru/viewer/sociologiya-massovyh-kommunikacij-teoriya-i-praktika-425831>

в) Методические указания

Методические указания для самостоятельной работы студентов представлены в Приложении 1.

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Перечень ПО:

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7 Professional(для классов)	Д-1227-18 от 08.10.2018	11.10.2021
MS Office 2007	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое ПО	бессрочно
7Zip	свободно распространяемое	бессрочно

Интернет-ресурсы:

Название курса	Ссылка
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	URL: https://dlib.eastview.com/
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/
Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам	URL: http://window.edu.ru/

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Доска, мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.
Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Доска, мультимедийный проектор, экран
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Персональные компьютеры с пакетом MSOffice, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи для хранения учебно-наглядных пособий и учебно-методической документации.

Приложение 1

Методические указания для студентов по дисциплине «Социология массовых коммуникаций»

Основными формами обучения студентов являются лекции, практические занятия, самостоятельная работа, выполнение контрольной (курсовой) работы и консультации.

Общие и утвердившиеся в практике правила и приемы конспектирования лекций

1. Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля (4- 5 см) для дополнительных записей.

2. Необходимо записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки, красные строки. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры.

3. Названные в лекции ссылки на первоисточники надо пометить на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их.

4. В конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами.

5. Каждому студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий. Однако чрезмерное увлечение сокращениями может привести к тому, что со временем в них будет трудно разобраться.

В конспект следует заносить всё, что преподаватель пишет на доске, а также рекомендуемые схемы, таблицы, диаграммы и т.д. Надо иметь в виду, что изучение и отработка прослушанных лекций без промедления значительно экономит время и способствует лучшему усвоению материала.

Эффективными формами контроля за изучением студентами являются консультации. Они используются для оказания помощи студентам при их подготовке к семинарским занятиям, для бесед по дискуссионным проблемам и со студентами, пропустившими семинарские занятия, а также индивидуальной работы преподавателя с отстающими студентами.

Для студентов изучающих дисциплину, как правило рекомендуется выполнять учебные задания, как ставшие для них традиционными, так и новыми.

Содержание тем рефератов, презентаций обучающиеся сами разрабатывают в зависимости от своих профессиональных интересов. Именно поэтому у каждого из них будут различаться разделы о художниках и объектах или проектах дизайнеров.

Сходными будут только типологический и исторические разделы, а также терминологические.

Некоторые из студентов уже овладели такой формой реферата, как подготовка презентации на электронных носителях по предлагаемым темам в настоящем издании, но возможна их модификация в индивидуальном порядке. При этом учитывается сфера профессиональных интересов и практический творческий опыт студента. В связи с тем, что история дизайнерского творчества, особенно на последнем этапе развития изучена недостаточно полно, то обучающимся представляется возможность научного поиска.

Тестирование также проводится по-разному: с вариантами ответов, письменная контрольная работа, предполагающая развернутые ответы на поставленные вопросы; проверка знаний фактологии на основе визуального тестирования.

Наряду уже с апробированными формами самостоятельной учебной работы студенты могут выбрать другие учебные задания, например, исследовательского

характера; рецензирование выставок современных дизайнеров; искусствоведческая экспертиза дизайнерских объектов последнего десятилетия.

Методические указания по написанию и защите рефератов

Реферат - (от латинского *referro* - сообщаю, докладываю) - краткое изложение в письменном виде содержания исследования по выбранной проблеме (словарь иностранных слов).

Реферат - это своеобразный отчет о самостоятельном изучении материала, анализе теоретических источников и практической деятельности по выбранной теме. В реферате автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание реферата должно быть логичным; а изложение материала носить проблемно-тематический характер.

Защита реферата предполагает предварительный выбор аттестуемым интересующей его темы, последующее глубокое изучение избранной для реферата проблемы, изложение выводов по теме реферата. Выбор темы определяется на усмотрение аттестуемого в рамках его профессиональной компетентности. В реферате педагог представляет описание собственного опыта, опирающегося на теоретические знания и практический опыт работы.

Защита реферата как форма квалификационного испытания позволяет аттестуемому выявить проблемы в своей работе и осмыслить итоги своей деятельности. Реферат должен иметь определенную структуру, которая включает набор обязательных и необязательных элементов.

Общие требования к оформлению реферата: поля - левое – 2,5 см; верхнее, правое, нижнее – 2 см, шрифт – 14, интервал – полуторный; TimesNewRoman.

Общее число страниц реферата (без списка использованных источников и приложений) – не менее 25 страниц.

При аттестации впервые на заявленную первую квалификационную категорию реферат должен содержать, в основном, теоретическое рассмотрение различных педагогических задач (соотношение в основной части реферата: $\approx 80\%$ теории, 20% - описание собственного опыта). При аттестации повторно на первую квалификационную категорию и при аттестации на высшую квалификационную категорию реферат должен содержать, в основном, информацию о педагогических исследованиях, проводимых самим педагогическим работником (соотношение в основной части реферата: $\approx 30\%$ теории, 70% - описание собственного опыта и достигнутых результатов педагогической деятельности). Как правило, предполагается, что педагог, защитивший реферат при аттестации на первую квалификационную категорию, продолжает работать над выбранной темой, и при аттестации на высшую категорию раскрывает собственные достижения при решении педагогических задач, описанных в предыдущем реферате.

Обязательными элементами являются:

1. титульный лист;
2. оглавление;
3. введение;
4. основная часть документа;
5. заключение;
6. список использованных источников;

Необязательными элементами являются:

1. перечни условных обозначений, сокращений и терминов;
2. приложения.

Титульный лист служит обложкой документа и должен содержать следующие сведения:

1. наименование вышестоящей организации;

2. наименование организации, где выполнялась работа;
3. наименование работы: (реферат);
4. тема;
5. сведения об авторе (должность, фамилия, инициалы, имеющаяся квалификационная категория, заявляемая квалификационная категория);
6. населенный пункт и год выполнения работы.

Оглавление включает:

введение,
наименования всех глав разделов, подразделов, пунктов (если они имеют наименования), заключение,
список использованных источников, приложения (при наличии).

Строки оглавления заканчиваются указанием *номеров страниц*, на которых расположено *начало* соответствующей части реферата.

Введение должно содержать краткую оценку состояния исследуемого вопроса, проблемы и актуальность выбранной темы, цели и задачи исследований, объекта и предмета исследований, используемые методы, методики и технологии, оценку практической значимости полученных результатов. Объем введения должен быть не более 3-5 страниц машинописного (компьютерного) текста.

В **основной части** приводят данные, отражающие сущность и основные результаты выполненной работы.

Основная часть должна содержать:

- а) обоснование выбранной темы (направления исследования), методы решения задачи, описание выбранной методики проведения эксперимента;
- б) процесс теоретических или экспериментальных исследований, включая принципы действия разработанных программ и их характеристики;
- в) обобщение и оценку результатов исследований, включающих оценку полноты решения поставленной задачи.

Заключение должно содержать краткие выводы по результатам выполненных исследований и оценку полноты решения поставленных задач.

Список использованных источников должен быть составлен в соответствии с положением «Общие требования и правила составления библиографии» и содержать библиографические сведения о литературных источниках.

В приложения могут быть включены

1. иллюстрации вспомогательного характера;
2. инструкции и методики, разработанные в процессе выполнения работы;
3. таблицы вспомогательных цифровых данных.

Работа должна быть логически выдержана, в ней соблюдается единство стиля изложения, обеспечена орфографическая, синтаксическая, стилистическая грамотность.

Этапы работы над рефератом

Оформленная работа представляется на рецензию. Рецензент может быть определен из состава экспертов, или, по решению аттестующегося, рецензент может быть им выбран самостоятельно (квалификационная категория рецензента должна быть не ниже категории, на которую претендует аттестующийся). После оформления рецензии организуется защита реферата.

Качество реферата оценивается экспертами по следующим показателям:

1. соответствие содержания работы заявленной теме, которая должна отражать основную профессиональную деятельность аттестуемого;
2. грамотность изложения и качество оформления работы;
3. самостоятельность выполнения работы, глубина проработки материала, использование справочной литературы;
4. обоснованность и доказательность выводов при защите реферата и ответов на вопросы.

Оценка при защите реферата предполагает максимальный балл (10) по каждому из пунктов оценивания; при аттестации на первую квалификационную категорию сумма баллов не должна быть менее 28 (не менее 7 баллов за каждый пункт). Оценка при защите реферата при аттестации на высшую квалификационную категорию не должна быть менее 32 (не менее 8 баллов за каждый пункт).

Методика работы с тестами Работа с тестами требует не только хороших знаний по дисциплине, но и определенных навыков, которые необходимо приобрести в ходе постоянной работы с тестовым материалом. Во-первых, тесты построены на инверсии – особой мыслительной деятельности, при которой информация может варьироваться. Этот навык требует времени и тренировок. Во-вторых, важно на лекциях, семинарах, при конспектировании выделять «**главные, ключевые слова**», которые выражают суть исторического явления. В конспекте такие «ключевые слова» лучше выделять – печатными буквами, цветом, подчеркиванием или другими приемами, которые помогут визуально запомнить информацию.

Немаловажную роль в решении тестов имеют логические рассуждения. Необходимо вспомнить характерные черты того или иного явления, события, которые предшествовали или, наоборот, события, случившиеся позднее.

Методические указания при подготовке к экзамену

При подготовке к экзамену особое внимание следует обратить на следующие моменты: Непосредственную подготовку к экзамену по дисциплине следует начинать за 3-4 дня до его сдачи. В основном она сводится к повторению отработанных лекций. Время необходимо распределить так, чтобы успеть повторить материал дважды. Первое повторение должно быть более основательным, на него затрачивается 60-80 % всего отведенного времени. Второе повторение -контрольное. Конспектом или учебником в этом случае пользуются только для проверки сформулированного ответа. Для контроля по каждому вопросу рекомендуется составлять примерный план ответа. Залогом успеха при подготовке к экзамену в первую очередь является систематическая работа над учебным материалом в течение всего семестра. Для того чтобы избежать трудностей при ответах по вышеназванным разделам, рекомендуем внимательное изучение лекций, добросовестную подготовку к практическим занятиям и осмысленное конспектирование научных статей.