

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 29.12.2024 22:13:21
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ"

Факультет

Юриспруденции и социальных технологий

Кафедра

Социологии управления

"УТВЕРЖДАЮ"

Проректор

_____ Л.Н. Костина

26.08.2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.05.01

"Социология массовых коммуникаций"

Направление подготовки 39.03.01 СОЦИОЛОГИЯ

Квалификация

Академический бакалавр

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

4 ЗЕТ

Год начала подготовки по учебному плану

2021

Составитель(и):

Кан. филос. наук, доцент

_____ И.А. Емец

Рецензент(ы):

Канд. филос. наук, доцент

_____ Н.А. Безгусько

Рабочая программа дисциплины (модуля) "Социология массовых коммуникаций" разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 39.03.01 СОЦИОЛОГИЯ (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 12.11.2015 г. № 1328)

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена на основании учебного плана Направление подготовки 39.03.01 СОЦИОЛОГИЯ, утвержденного Ученым советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 26.08.2021 протокол № 1/4.

Срок действия программы: 20212025

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Социологии управления

Протокол от 25.08.2021 № 1

Заведующий кафедрой:

канд. социол. наук, Зырина Я.А.

_____ (подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры Социологии управления

Протокол от " ____ " _____ 2022 г. №__

Зав. кафедрой канд.социол.наук, Зырина Я.А.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Социологии управления

Протокол от " ____ " _____ 2023 г. №__

Зав. кафедрой канд.социол.наук, Зырина Я.А.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Социологии управления

Протокол от " ____ " _____ 2024 г. №__

Зав. кафедрой канд.социол.наук, Зырина Я.А.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Социологии управления

Протокол от " ____ " _____ 2025 г. №__

Зав. кафедрой канд.социол.наук, Зырина Я.А.

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ	
Целью освоения дисциплины и планируемыми результатами обучения по дисциплине «Социология массовых коммуникаций» является: формирование у студентов систематизированного представления о массовых коммуникациях как о предмете научного анализа; ознакомление их с социологическими методами и результатами исследований разных видов массовой коммуникации, освещение особенностей функционирования института МК в современном социуме.	
1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	
<ul style="list-style-type: none"> - формирование представлений о массовой коммуникации как социальном институте; - предоставление системного комплекса знаний об информационной индустрии; - изучение влияния массовой коммуникации на индивида, социум, общественную мысль; - овладение теоретическими знаниями и практическими творческими профессиональными умениями в области исследования и управления массовыми коммуникациями. 	
1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В.ДВ.05
<i>1.3.1. Дисциплина "Социология массовых коммуникаций" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
История социологии	
Социология	
Методология и методы социологического исследования	
<i>1.3.2. Дисциплина "Социология массовых коммуникаций" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Социология международных отношений	
Социология конфликта	
Гендерная социология	
Социологические основы маркетинга	
Преддипломная	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПК-15: способностью планировать и осуществлять маркетинг товаров и услуг для использования в разработке программ социального развития предприятий, учреждений, территорий и иных общностей</i>	
Знать:	
Уровень 1	основные понятия, теории и методы социологии массовых коммуникаций;
Уровень 2	особенности функционирования средств массовой информации и коммуникации в современном обществе;
Уровень 3	роль массовых коммуникаций в формировании общественного мнения и социальных установок.
Уметь:	
Уровень 1	анализировать и оценивать эффективность массовых коммуникаций и маркетинговых стратегий;
Уровень 2	применять социологические методы исследования для изучения потребностей аудитории и определения целевых групп;
Уровень 3	использовать массовые коммуникации для реализации программ социального развития.
Владеть:	
Уровень 1	навыками анализа и интерпретации данных о массовых коммуникациях, общественном мнении и потребностях аудитории;
Уровень 2	способностью представлять результаты своей работы в виде аналитических отчетов, статей, презентаций и других форм;
Уровень 3	умением разрабатывать и реализовывать маркетинговые стратегии, направленные на социальное развитие предприятий, учреждений, территорий и иных общностей.
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПК-5: способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб</i>	
Знать:	
Уровень 1	основные понятия, теории и методы социологии массовых коммуникаций;

Уровень 2	роль массовых коммуникаций в формировании общественного мнения и социальных установок;
Уровень 3	принципы организации работы маркетинговых служб.
Уметь:	
Уровень 1	применять социологические методы исследования для изучения общественного мнения и потребностей аудитории;
Уровень 2	планировать и осуществлять проектные работы в области изучения общественного мнения;
Уровень 3	разрабатывать рекомендации по повышению эффективности массовых коммуникаций и маркетинговых стратегий.
Владеть:	
Уровень 1	навыками анализа и интерпретации данных о массовых коммуникациях и общественном мнении;
Уровень 2	методами сбора и обработки информации об аудитории средств массовой информации и потребителей продукции маркетинговых служб;
Уровень 3	умением разрабатывать и реализовывать проекты, направленные на изучение общественного мнения и повышение эффективности массовых коммуникаций.

В результате освоения дисциплины "Социология массовых коммуникаций" обучающийся

3.1	Знать:
	основные понятия, теории и методы социологии массовых коммуникаций;
	особенности функционирования средств массовой информации и коммуникации в современном обществе;
	роль массовых коммуникаций в формировании общественного мнения и социальных установок;
	специфику и принципы работы с информацией в условиях массовых коммуникаций.
3.2	Уметь:
	анализировать и оценивать эффективность массовых коммуникаций;
	применять социологические методы исследования для изучения общественного мнения, потребностей аудитории и определения целевых групп;
	работать с научной литературой и другими источниками информации по социологии массовых коммуникаций;
	формулировать обоснованные выводы и рекомендации по результатам исследования.
3.3	Владеть:
	навыками анализа и интерпретации данных о массовых коммуникациях и общественном мнении;
	методами сбора и обработки информации об аудитории средств массовой информации;
	способностью представлять результаты своей работы в виде аналитических отчетов, статей, презентаций и других форм;
	умением разрабатывать и реализовывать проекты, направленные на изучение общественного мнения и повышение эффективности массовых коммуникаций.

1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Социология массовых коммуникаций" видом промежуточной аттестации является Экзамен

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины "Социология массовых коммуникаций" составляет 4 зачётные единицы, 144 часов.

Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.

2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Теоретические основы исследования массовой коммуникации						
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации /Лек/	5	2	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации /Сем зан/	5	4	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации /Ср/	5	7	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации /Лек/	5	2	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации /Сем зан/	5	4	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации /Ср/	5	7	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 3. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации /Лек/	5	2	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 3. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации /Сем зан/	5	4	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 3. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации /Ср/	5	7	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 4. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации /Лек/	5	2	ПК-5 ПК-15		0	

Тема 4. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации /Сем зан/	5	4	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 4. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации /Ср/	5	7	ПК-5 ПК-15		0	
Раздел 2. Прикладные аспекты исследования СМК						
Тема 5 Социология эффектов массовой коммуникации /Лек/	5	2	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 5 Социология эффектов массовой коммуникации /Сем зан/	5	4	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 5 Социология эффектов массовой коммуникации /Ср/	5	7	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 6 Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации /Лек/	5	2	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 6 Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации /Сем зан/	5	4	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 6 Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации /Ср/	5	7	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 7 Влияние масс-медиа на общественное сознание /Лек/	5	2	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 7 Влияние масс-медиа на общественное сознание /Сем зан/	5	4	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 7 Влияние масс-медиа на общественное сознание /Ср/	5	7	ПК-5 ПК-15		0	

Тема 8 СМК как субъект конфликтного взаимодействия /Лек/	5	2	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 8 СМК как субъект конфликтного взаимодействия /Сем зан/	5	4	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 8 СМК как субъект конфликтного взаимодействия /Ср/	5	7	ПК-5 ПК-15		0	
Тема 9 Формирование и распространение социальных стереотипов (в т.ч. гендерных и этнических) посредством СМК /Лек/	5	2	ПК-5 ПК-15		0	
Формирование и распространение социальных стереотипов (в т.ч. гендерных и этнических) посредством СМК /Сем зан/	5	4	ПК-5 ПК-15		0	
Формирование и распространение социальных стереотипов (в т.ч. гендерных и этнических) посредством СМК /Ср/	5	7	ПК-5 ПК-15		0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<p>Традиционные образовательные технологии</p> <p>Технология проблемного обучения</p> <p>Технология индивидуализированного обучения</p> <p>Технология объяснительно-иллюстративного обучения</p> <p>Технология балльно-рейтингового контроля</p> <p>Инновационные методы</p> <p>Диалоговая лекция</p>

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература
4.3. Перечень программного обеспечения
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:
Microsoft PowerPoint для презентаций ; Microsoft Word для выполнения эссе и рефератов; поисковых систем Google, Yandex и др.; организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, Skype, Zoom, Google Meet, "VK" и пр.
4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы
Информационные справочные системы не используются.
4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, для проведения занятий семинарского

типа, групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: лекционная аудитория № 203

учебный корпус № 6.

–комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран;

- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная доска, выкатная, доска, Windows 8.1 Professional x86/64

(академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0).

Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации: читальный зал, учебный корпус 1. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а, читальный зал, учебный корпус 6. Адрес: г. Донецк, ул. Артема 94.

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС») и электроннобиблиотечную систему (ЭБС IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа

Сервер: AMD FX 8320/32Gb(4x8Gb)/4Tb(2x2Tb). На сервере установлена MS Windows 7 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Office 2007 Russian OLP NL AE (лицензии Microsoft № 42638778, № 44250460), Mozilla Firefox (лицензия MPL2.0), Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment, лицензия GNU GPL), IncScape (лицензия GPL 3.0+), PhotoScape (лицензия GNU GPL), 1С ERP УП, 1С ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Сfresh.com)

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы для проведения собеседования:

1. Структура медиакампании и ее этапы.
2. Основные рекламно-пропагандистские жанры.
3. СМК на основе их особенностей как средств рекламы.
4. Особенности политических кампаний (кандидат или политическая партия как продукт, соотношение электорального ядра и целевой аудитории и др.).
5. Особенности социальной рекламы.
6. Какие изменения происходят на современном этапе в экономике, искусстве, культуре, науке?
7. Согласны ли Вы, что мир перешел на новую ступень развития, которую принято называть постмодерном? Докажите свою точку зрения.
8. Что выступает в качестве источника социальных изменений в концепции М. Маклюэна?
9. Как понимал понятие "глобальная деревня" М. Маклюэн?
10. Какие особенности эстетического стиля постмодернизма?
11. В чем заключаются основные особенности в интерпретации роли средств массовой коммуникации в современном обществе у Дэбора и Бодриера?
12. Какие черты современности (относительно изучения процессов массовой коммуникации в обществе) постмодернистская теоретизация позволяет выявить более рельефно по сравнению с другими подходами?
13. Как понимали Адорно и Хоркхаймер «индустрию культуры»?
14. Какую интерпретацию в рамках концепции индустрии культуры получили взаимоотношения средств массовой коммуникации и аудитории?
15. Как оценивал роль в обществе средств массовой коммуникации Г. Маркузе?
16. В чем, с вашей точки зрения, идея Бенямина противопоставляется подходам франкфуртской школы?
17. Определите достоинства и слабые стороны взглядов представителей франкфуртской школы?
18. Опираясь на работы Ч. Милса, приведите, какую роль исполняют средства массовой коммуникации в функционировании общества
19. На какие негативные тенденции в деятельности современного телевидения обращает внимание Постман. Согласны ли вы с теми оценками, которые предлагает автор?
20. Определить сходства и различия традиционного контент – анализа и семиотического анализа текстов массовой коммуникации.
21. Как концепция синтагматического и парадигматического анализа может быть применимая для анализа текстов массовой коммуникации?
22. Какие переменные, с вашей точки зрения, опосредуют процесс кодировки - декодирования? Обоснуйте ваш выбор на примере прочтения популярной ежедневной газеты, наиболее популярной среди ваших друзей и знакомых.
23. Посредством как их основных способов современные медиа способствуют поддержанию в обществе

основных (базовых) ценностей?

24. Назовите принципы классической марксистской концепции идеологии. В чем этот подход может быть полезен

для анализа современных процессов в области массовой коммуникации?

25. Поведите сравнительный анализ концепций Л. Альтюссера и А. Грамши, касающихся идеологии и средств

массовой коммуникации.

26. Как бы вы могли определить особенности социологического рассмотрения массовой коммуникации?

27. Сравните особенности моделей, предложенных Г.Флюером и Модем. В чем вы видите их общие черты, а

в чем отличия?

28. Как вы понимаете интерпретацию Луманом масс-медиа, как самореферентной социальной системы?

29. Приведите примеры того, как современные российские медиа способствуют поддержке стабильности социальной системы, которая сложилась?

30. Предположим, что вы проводите эмпирическое исследование деятельности одного из российских каналов телевидения. В чем системно-структурная методология могла быть вам здесь полезная, а в чем нет?

31. Массовая коммуникация как предмет научного анализа.

32. Социология массовой коммуникации как мультипарадигмальная дисциплина.

Практические задания

1. Составить концепт-карту статьи Фурсова К.К. Дискурс вражды масс-медиа...

2. Составить схему "Межэтнические конфликты"

3. Перечислить и дать характеристику моделям освещения военных конфликтов.

1. Выберите как пример сообщения рекламное объявление в качественном женском журнале. Проведите его семиологический анализ.

2. Примените методологию В. Проппа относительно просмотренного вами сериала. В чем, с вашей точки зрения,

заключаются преимущества и недостатки этого подхода?

3. Составьте список просмотренных Вами сериалов или фильмов в соответствии с различными сценариями (по В.

Проппу)

2. В каких сферах общественной жизни и можно проследить проявления идеологии? Перечислите и приведите

пример. Рассмотрите с этой точки зрения систему образования в нашей стране, ваш личный опыт образования.

5. Попробуйте построить схему функционирования современной российской медиа системы (на примере

вашего города, области). Какие из выявленных вами функций медиа являются универсальными, а какие специфическими?

5.2. Темы письменных работ

Подготовить доклад на одну из предложенных тем. В докладе осветить теоретическую часть, степень изучения вопроса и проанализировать один из примеров коммуникации.

1. Демонстрация как коммуникация.

2. Детектив как коммуникация.

3. «Мыльная опера» как коммуникация.

4. Женский роман как коммуникация.

5. Пионерская песня как коммуникация.

6. Военная песня как коммуникация.

7. Оперетта как коммуникация.

8. Анекдот как коммуникация.

9. Современный шлягер как коммуникация.

10. Телевизионные новости как коммуникация.

11. Театр как коммуникация.

12. Кино как коммуникация.

13. Пресс-конференция как коммуникация.

14. Пропаганда как коммуникация.

15. Гадание как коммуникация.

16. Молчание как коммуникация.

17. Система массовой коммуникации в древнем Риме.

18. Система массовой коммуникации в древней Греции.

19. Системы массовой коммуникации в первобытном обществе.

20. Система массовой коммуникации в средние века.
 21. Система массовой коммуникации в революционный период.
 22. Система массовой коммуникации в переходный период.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Социология массовых коммуникаций" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Социология массовых коммуникаций" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

5.4. Перечень видов оценочных средств

устный опрос на лекционных / семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменный опрос (терминологический диктант, ответы на вопросы, тестовые задания), включая задания для самостоятельной работы

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Основным методом изучения учебной дисциплины «Социологи массовых коммуникаций» является лекционно-практический, сочетающий лекции, семинары и самостоятельную работу обучающихся с учебной, научной и другой рекомендуемой преподавателем литературой.

Лекционные занятия носят проблемно-объяснительный характер. Обучающиеся должны хорошо усвоить содержание лекций и ознакомиться с рекомендованной литературой. Необходимо убедиться в творческом осмыслении курса, проверить способность обучающихся определить главное в текстовых материалах, экстраполировать усвоенную методику анализа на исследование новых ситуаций. Рекомендуются в качестве инструментов исследования проблем курса компаративный и системный подходы.

Важное место в успешном овладении дисциплиной принадлежит семинарским занятиям, которые являются основными формами закрепления и промежуточного контроля знаний, полученных на лекционных занятиях и в процессе самостоятельной работы. Семинарские занятия направлены на активизацию работы обучающихся в течение учебного периода, формирование и развитие потребности в инновационном подходе к индивидуальной самореализации в ходе овладения данным курсом и другими дисциплинами учебного плана.

На консультациях, проводимых преподавателем в рамках тематики учебной дисциплины «Социология массовых коммуникаций», обучающийся получает исчерпывающие ответы на хорошо продуманные и четко сформулированные вопросы, которые оказались недостаточно усвоенными в ходе лекций и самостоятельной работы. В ходе самостоятельной работы обучающиеся закрепляют и наращивают изученный на лекциях материал и осуществляют подготовку к семинарским занятиям.

Самостоятельная работа предполагает самостоятельное ознакомление, изучение и закрепление обучающимися теоретических и практических положений изученных в ходе лекций тем, дополнение лекционного материала положениями из рекомендованной литературы.