

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 23.12.2025 17:45:42
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 3
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.01 Социология массовых коммуникаций

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

39.03.01 Социология

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Социология

(наименование образовательной программы)

Бакалавр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора – 2023

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Емец Ирина Александровна, канд. филос. наук, доцент кафедры социологии управления

Заведующий кафедрой:

Зырина Ярослава Александровна, канд. социол. наук, заведующий кафедрой социологии управления

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 Социология массовых коммуникаций одобрена на заседании кафедры социологии управления Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 2 от 28.10.2025

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

- 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.01

1.3.1. Дисциплина "Социология массовых коммуникаций" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

История социологии

Методология и методы социологических исследований

Основы социологии

Маркетинг

1.3.2. Дисциплина "Социология массовых коммуникаций" выступает опорой для следующих элементов ОПОП ВО:

Социология власти

Социология рекламы

Политическая социология

Политический анализ и прогнозирование

Социология управления

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

ПК-6.4: Анализирует социально-значимые проблемы и процессы в системе социального взаимодействия и массовых коммуникаций

Знать:

| | |
|------------------|---|
| Уровень 1 | фрагментарные знания теоретических основ анализа социально-значимых проблем и процессов в системе социального взаимодействия и массовых коммуникаций |
| Уровень 2 | неполные/сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания теоретических основ анализа социально-значимых проблем и процессов в системе социального взаимодействия и массовых коммуникаций |
| Уровень 3 | сформированные и систематические знания теоретических основ анализа социально-значимых проблем и процессов в системе социального взаимодействия и массовых коммуникаций |

Уметь:

| | |
|------------------|--|
| Уровень 1 | фрагментарные умения анализировать социально-значимые проблемы и процессы в системе социального взаимодействия и массовых коммуникаций |
| Уровень 2 | в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение анализировать социально-значимые проблемы и процессы в системе социального взаимодействия и массовых коммуникаций |
| Уровень 3 | успешное систематическое умение анализировать социально-значимые проблемы и процессы в системе социального взаимодействия и массовых коммуникаций |

Владеть:

| | |
|------------------|--|
| Уровень 1 | отсутствие навыков/ фрагментарные навыки анализа социально-значимых проблем и процессов в системе социального взаимодействия и массовых коммуникаций |
| Уровень 2 | сформированное, но сопровождающееся отдельными ошибками применение навыков анализа социально-значимых проблем и процессов в системе социального взаимодействия и массовых коммуникаций |
| Уровень 3 | успешное и систематическое применение навыков анализа социально-значимых проблем и процессов в системе социального взаимодействия и массовых коммуникаций |

В результате освоения дисциплины "Социология массовых коммуникаций" обучающийся должен:

3.1 Знать:

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - сущность понятия "массовые коммуникации", их возникновения и их функции; - роль МК в жизни общества и индивида; - особенности деятельности МК как средства реализации интересов социальных субъектов; - основные научные концепции и подходы к анализу системы массовых коммуникаций; - основы социологических исследований в сфере функционирования МК - особенности применения социологических методов исследования в разных элементах системы МК. |
| 3.2 | Уметь: |
| | <ul style="list-style-type: none"> - анализировать деятельность массовой коммуникации с точки зрения разных исследовательских традиций; - применять основные научные подходы относительно современных процессов в сфере массовых коммуникаций; - применять приобретенные практические навыки использования методов социологического исследования разных элементов массовой коммуникации. |
| 3.3 | Владеть: |
| | <ul style="list-style-type: none"> - целостным представлением о массовой коммуникации как социальном институте; - навыками использования знаний о массовых коммуникациях для лучшего понимания социальных процессов; - навыками социологического исследования массовых коммуникаций. - методологией понимания социальных процессов в социальной сфере; - методикой проведения социологического исследования в области изучения массовых коммуникаций; - разнообразными техниками сбора данных в области изучения массовых коммуникаций. |
| 1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ | |
| <p>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 занятиях, включая задания для самостоятельной работы.</p> | |
| Промежуточная аттестация | |
| <p>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 зачет с оценкой</p> | |

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 | Компетен-ции | Литература | Инте-ракт. | Примечание |
|--|----------------|-------|--------------|------------|--|------------|
| Раздел 1. Теоретические основы исследований массовой коммуникации | | | | | | |
| Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации /Лек/ | | 5 | 1 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 |
| Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации /Сем зан/ | | 5 | 1 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 | 0 |

| | | | | Э3 Э4 Э5 | | |
|---|---|---|--------|--|---|--|
| Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации /Ср/ | 5 | 7 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. /Лек/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. /Сем зан/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. /Ср/ | 5 | 7 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 3. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации. /Лек/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 3 Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации /Сем зан/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 3 Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации /Ср/ | 5 | 7 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 4. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации /Лек/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 4 Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации /Сем зан/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 4 Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации /Ср/ | 5 | 7 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 | 0 | |

| | | | | | Э3 Э4 Э5 | | |
|--|---|---|--------|--|--|---|--|
| Тема 5. Критическая традиция анализа массовой коммуникации /Лек/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 5 Критическая традиция анализа массовой коммуникации /Сем зан/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 5 Критическая традиция анализа массовой коммуникации /Ср/ | 5 | 7 | ПК-6.4 | | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 6. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе. /Лек/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 6. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе /Сем зан/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 6. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе /Ср/ | 5 | 7 | ПК-6.4 | | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Раздел 2. Прикладные аспекты исследования СМК | | | | | | | |
| Тема 7. Социология эффектов массовой коммуникации /Лек/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 7. Социология эффектов массовой коммуникации /Сем зан/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 7. Социология эффектов массовой коммуникации /Ср/ | 5 | 8 | ПК-6.4 | | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 8. Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации /Лек/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 | 0 | |

| | | | | | | |
|--|---|---|--------|--|---|--|
| | | | | Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | | |
| Тема 8. Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации /Сем зан/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 8. Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации /Ср/ | 5 | 8 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 9. Влияние масс-медиа на общественное сознание. /Лек/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 9. Влияние масс-медиа на общественное сознание /Сем зан/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 9. Влияние масс-медиа на общественное сознание . /Ср/ | 5 | 8 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 10. СМК как субъект конфликтного взаимодействия. /Лек/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 10. СМК как субъект конфликтного взаимодействия . /Сем зан/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 10. СМК как субъект конфликтного взаимодействия . /Ср/ | 5 | 8 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 11. Формирование и распространение социальных стереотипов (в т.ч. гендерных и этнических) посредством СМК /Лек/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 11. Формирование и распространение социальных стереотипов (в т.ч. гендерных и этнических) посредством СМК /Сем зан/ | 5 | 1 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 | 0 | |

| | | | | | | |
|---|---|---|--------|--|---|--|
| | | | | Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | | |
| Тема 11. Формирование и распространение социальных стереотипов (в т.ч. гендерных и этнических) посредством СМК /Ср/ | 5 | 8 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 12. Понятие медиареальности. Виртуальная реальность как предпосылка медиареальности /Лек/ | 5 | 2 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 12. Понятие медиареальности. Виртуальная реальность как предпосылка медиареальности /Сем зан/ | 5 | 2 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 12. Понятие медиареальности. Виртуальная реальность как предпосылка медиареальности /Ср/ | 5 | 8 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 13. Медиакампании /Лек/ | 5 | 2 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 13. Медиакампании /Сем зан/ | 5 | 2 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 13. Медиакампании /Ср/ | 5 | 8 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 14. Массовая коммуникация и мировые информационные процессы /Лек/ | 5 | 2 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 14 Массовая коммуникация и мировые информационные процессы /Сем зан/ | 5 | 2 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | 0 | |
| Тема 14. Массовая коммуникация и мировые информационные процессы /Ср/ | 5 | 8 | ПК-6.4 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л2.1 | 0 | |

| | | | | | | |
|--------|---|---|--|-------------------------------------|---|--|
| | | | | Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | | |
| /Конс/ | 5 | 2 | | | 0 | |

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

| |
|---|
| Традиционные образовательные технологии |
| Технология проблемного обучения |
| Технология индивидуализированного обучения |
| Технология объяснительно-иллюстративного обучения |
| Технология балльно-рейтингового контроля |
| Инновационные методы |
| Диалоговая лекция |

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

4.1. Рекомендуемая литература

| 1. Основная литература | | | |
|------------------------|--|---|---|
| | Авторы, | Заглавие | Издательство, год |
| Л1.1 | П. Ю. Нешитов. | Социология массовых коммуникаций : учебное пособие (63 с.) | Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021 |
| Л1.2 | Составители О. В. Василенко, Е. А. Сиволапова. | Социология и психология массовой коммуникации : учебное пособие (240 с) | Воронеж : ВГАУ, 2014 |
| Л1.3 | В. В. Дягилев, П. В. Разов, Т. А. Замиралова | Социология массовых коммуникаций: Практикум : учебное пособие (186 с.) | Москва : Прометей, 2022 |
| Л1.4 | Е. В. Баранова | Социология массовой коммуникации : учебное пособие (174 с.) | Минск : Вышэйшая школа, 2012 |
| Л1.5 | Глав. ред. В. В. Савчук. | Медиареальность: концепты и культурные практики: учебное пособие (388 с.) | СПб.: Фонд развития конфликтологии, 2017. |

2. Дополнительная литература

| | Авторы, | Заглавие | Издательство, год |
|------|------------------------------------|--|---------------------------------------|
| Л2.1 | Л. Н. Федотова | Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов (400 с.) | СПб.: Питер, 2003. |
| Л2.2 | Т. В. Науменко | Социология массовой коммуникации: Учебное пособие. (288 с.) | СПб.: Питер, 2005. |
| Л2.3 | В. В. Касьянов | Социология массовой коммуникации : учеб. пособие (427 с.) | Ростов н/Д : Феникс, 2009. |
| Л2.4 | Брайант, Дженнингз, Томпсон, Сузан | Основы воздействия СМИ (432 с) | М.: Издательский дом «Вильяме», 2004. |

4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

| | | |
|----|---|---|
| Э1 | Научная электронная библиотека | http://elibrary.ru. |
| Э2 | Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» | http://ecsocman.hse.ru. |
| Э3 | Российская государственная библиотека | www.rsl.ru |
| Э4 | «Все для студента», большая электронная база учебных материалов и первоисточников | http://www.twirpx.com/ |
| Э5 | Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» | https://cyberleninka.ru/ |

4.3. Перечень программного обеспечения

| |
|--|
| 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 Донецкого филиала РАНХиГС) и электронно-библиотечную 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 1Cfresh.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. Маклюена?
9. Как понимал понятие "глобальная деревня" М. Маклюен?
10. Какие особенности эстетического стиля постмодернизма?
11. В чем заключаются основные особенности в интерпретации роли средств массовой коммуникации в современном обществе у Дэбора и Бодрияра?
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 Беньямина 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 каких 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 Молем. 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 "Порядок разработки и содержания фондов оценочных средств основной

образовательной программы высшего профессионального образования в Донецком институте управления – филиале РАНХиГС

Фонд оценочных средств дисциплины "Социологи массовых коммуникаций" в полном объеме представлен в учебно-методическом комплексе дисциплины.

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 ПОТРЕБНОСТИМ 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 Донецком институте управления – филиале РАНХиГС.

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.

РЕЦЕНЗИЯ
на РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ И ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.01.01 «СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Направление подготовки 39.03.01 Социология
Профиль «Социология»

Разработчик: канд.филос.наук, доцент кафедры социологии управления Емец И.А.

Кафедра: социологии управления

Представленная на рецензию рабочая программа и фонд оценочных средств дисциплины «Социология массовых коммуникаций» разработаны в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 39.03.01 Социология (приказ Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 75)

Рабочая программа дисциплины содержит требования к уровню подготовки бакалавров по приобретению теоретических знаний и практических навыков, которые предъявляются к обучающимся данного направления подготовки в ходе изучения учебной дисциплины.

В рабочей программе сформулированы цели и задачи освоения дисциплины.

В разделе «Место дисциплины в структуре образовательной программы» указаны требования к предварительной подготовке обучающихся, а также последующие дисциплины, для которых изучение данной будет необходимым.

В рабочей программе прописаны компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (ПК-6.4).

Раздел «Структура и содержание дисциплины» содержит тематическое и почасовое распределение изучаемого материала по видам занятий, а также часы на самостоятельную работу.

В разделе «Фонд оценочных средств» указаны оценочные средства для текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося (фонд оценочных средств представлен отдельным элементом УМКД).

Компетенции по курсу, указанные в рабочей программе, полностью соответствуют учебному плану и матрице компетенций.

В рабочей программе дисциплины представлен также перечень материально-технического обеспечения для осуществления всех видов занятий, предусмотренных учебным планом. Рабочая программа дисциплины имеет логически завершённую структуру, включает в себя все необходимые и приобретаемые в процессе изучения навыки и умения.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено в программе перечнем основной и дополнительной литературы, методических материалов, библиотечно-информационных ресурсов, что является достаточным для успешного владения дисциплиной.

Таким образом, рабочая программа дисциплины «Социология массовых коммуникаций» соответствует всем требованиям к реализации программы и может быть рекомендована к использованию.

Рецензент:
 канд. филос. наук

Н.А.Безгусько

18.04.2023 г