

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ
проф. Таюрский Д.А.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Социология массовых коммуникаций

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в политике

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Лаптев В.В. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), Valentin.Laptev@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию
ОПК-5	умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

особенности социологического подхода к проблеме изучения массовых коммуникаций;
основные теоретические направления изучения массовых коммуникаций.

Должен уметь:

1. использовать навыки к самообразованию в процессе освоения данной учебной дисциплины;
2. осуществлять под контролем коммуникационные мероприятия в сфере массмедиа.

Должен владеть:

базовыми технологиями проведения опросов аудитории и анализа контента СМИ;
теоретическими и практическими подходами к изучению массовых коммуникаций.

Должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.Б.11 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Реклама и связи с общественностью в политике)" и относится к базовой (общепрофессиональной) части.

Осваивается на 1, 2 курсах в 2, 3 семестрах.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных(ые) единиц(ы) на 216 часа(ов).

Контактная работа - 104 часа(ов), в том числе лекции - 52 часа(ов), практические занятия - 52 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 76 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 36 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет во 2 семестре; экзамен в 3 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Сущность и основные функции массовых коммуникаций	2	2	2	0	2
2.	Тема 2. Массовая коммуникация как социальный институт	2	2	2	0	2
3.	Тема 3. Нормативные принципы и модели функционирования средств массовой коммуникации	2	4	4	0	0
4.	Тема 4. Массовые коммуникации и массовая культура	2	4	4	0	0
5.	Тема 5. Массовые коммуникации как элемент политической системы общества	2	2	2	0	0
6.	Тема 6. Средства массовых коммуникаций в процессе формирования общественного мнения	2	2	2	0	0
7.	Тема 7. Идеологическая традиция анализа массовых коммуникаций	3	4	4	0	10
8.	Тема 8. Исследования массовых коммуникаций в рамках Чикагской социологической школы (начало XX в)	3	4	4	0	10
9.	Тема 9. Структурно-функциональный подход к изучению массовой коммуникации	3	4	4	0	10
10.	Тема 10. Современный этап исследований массовых коммуникаций	3	6	6	0	10
12.	Тема 12. Социальные эффекты массовых коммуникаций	3	6	6	0	8
13.	Тема 13. Социологическое исследование аудитории массовых коммуникаций	3	4	4	0	8
14.	Тема 14. Социологическое исследование коммуникатора массовых коммуникаций	3	4	4	0	8
15.	Тема 15. Анализ содержания массовой коммуникации	3	4	4	0	8
<p>Итого: 3 4 4 0 8</p> <p>Массовая коммуникация – это процесс обмена информацией в условиях, необходимых для функционирования массовой коммуникации. Понятие структуры массовой коммуникации. Технические средства как необходимый элемент массовой коммуникации. Социальная значимость информации. Массовая аудитория – компонент массовой коммуникации, признаки массовой аудитории. Способы и средства массовой коммуникации: направленность, многоканальность, нормативность и вариативность коммуникативных средств. Основные функции массовой коммуникации: содержание информационной, регулирующей и культурологической функции.</p>						

Тема 2. Массовая коммуникация как социальный институт

Понятие и признаки социального института. Характеристики СМИ как социального института. Специфические черты СМИ как социального института. Функции СМИ: информация, просвещение, социализация, выражение интересов, трансляция мнений и развлечение. Институциональные роли масс-медиа.

СМИ в процессе циркуляции информации. Институт массовой информации и формирование публичной сферы в современном обществе. Массовая коммуникация как конституционно-правовая сфера.

Тема 3. Нормативные принципы и модели функционирования средств массовой коммуникации

Принцип свободы слова в деятельности СМИ. Историческое развитие принципа свободы слова. Свобода слова и современные СМИ.

Основные модели функционирования СМИ. Сущность авторитарной модели СМИ. Особенности советской системы функционирования массовой коммуникации. Основные положения либертарианской теории функционирования СМИ. Теория социальной ответственности. Модель демократического представительства и модель развития.

Сущность социальной теории масс-медиа Д. МакКуэйла. Основные принципы функционирования медиа в современном обществе: свобода, разнообразие, качество информации, социальный и культурный порядок, солидарность и согласие.

Тема 4. Массовые коммуникации и массовая культура

Процесс становления и развитие массовой культуры. Структура и уровни массовой культуры: кич-культура, мид-культура, арт-культура. Эскейпизм, быстродоступность, быстрозабываемость, консерватизм и занимательность как основные характеристики массовой культуры. Виды массовой культуры.

Теоретические направления исследований массовой культуры: ?индустрия культуры? как социальный институт современного общества (исследования теоретиков Франкфуртской школы социологии) и ?оптимистическая? точка зрения на роль массовой культуры в жизни общества (Д. Белл).

Тема 5. Массовые коммуникации как элемент политической системы общества

Понятие и способы политической коммуникации. Средства массовой коммуникации как необходимый элемент политической коммуникации. Влияние СМИ на массовое политическое сознание и поведение. Основные ресурсы медийного поля: известность и информация. Средства массовой информации и государственная политика в современном обществе. Модернизация политической коммуникации: негативизм, краткосрочность и персонализация современной политики. Сущность ?теории ножиц?.

Влияние СМИ на политическую сферу жизнедеятельности современного российского общества. Ресурсы влияния российских СМИ.

Тема 6. Средства массовых коммуникаций в процессе формирования общественного мнения

Понятие общественного мнения и общественного сознания. Общественное мнение как фактор общественной жизни. Роль общественного мнения в механизме функционирования демократии. Характерные признаки общественного мнения: направленность, интенсивность, стабильность, информационная насыщенность и др. Экспрессивная (контрольная), консультативная и директивная функции общественного мнения.

СМИ в процессе формирования общественного мнения: оформление и трансляция общественного мнения. Взаимодействие межличностной и массовой коммуникации в процессе формирования общественного мнения. Опросы общественного мнения в прессе как текст. Профессиональные требования к публикации опросов. Влияние рейтингов общественного мнения на процесс принятия решения индивида. Манипуляция общественным мнением в средствах массовой информации. Состояние общественного мнения в современной России.

Тема 7. Идеологическая традиция анализа массовых коммуникаций

Идеология и ее роль в жизни общества. Концепции идеологии. Структуралистский подход к определению идеологии. Сущность марксистской концепции идеологии. Марксистская традиция анализа массовой коммуникации: К. Маркс, А. Грамши, Л. Альтюссер.

Концепция гегемонии А. Грамши. Материалы средств массовой коммуникации как пространство борьбы за гегемонию. Способы и последствия трансляции идеологических символов в СМИ. Л. Альтюссер ? идеология как активный компонент в воспроизводстве социальной жизни.

Возможности анализа средств массовой коммуникации с позиций идеологического подхода.

Тема 8. Исследования массовых коммуникаций в рамках Чикагской социологической школы (начало XX в)

Особенности американской традиции исследований СМИ. Развитие коммуникативистики и эмпирических медиаисследований в рамках Чикагской школы социологии. Исследования межличностной и массовой коммуникации в работах Ч. Кули. Массовая коммуникация как процесс создания стереотипов (У. Липпман). Р. Парк ? коммуникация как основа общества.

?Теория подкожного впрыскивания? и исследования пропаганды в трудах Г. Лассуэлла. Существенные характеристики пропаганды. Структура коммуникативного акта Г. Лассуэлла.

Тема 9. Структурно-функциональный подход к изучению массовой коммуникации

Функциональный подход в социологии. Виды коммуникативных систем. Массовая коммуникация как социальная система. Функции массовой коммуникации: индивидуальный уровень, уровень общества.

Структурно-функциональные модели массовой комму?никации. Исследования ?лидеров мнения? и ?двухступенчатая модель? массовой коммуникации П. Лазарсфельда. Концептуальная модель массовой коммуникации (Болл-Рокич и Де Флюэр). Возможности и ограниченность структурно-функционального подхода к анализу массовой коммуникации.

Тема 10. Современный этап исследований массовых коммуникаций

Исследования массовой коммуникации в рамках Торонтской социологической школы (Г. Иннис). Коммуникация как формообразующая сила и действующая причина эволюции общества.

Исследования Анненбергской школы. Телевидение как главный ?культурный индикатор? общества.

Культивационная теория Д. Гербнера.

Бирмингемская школа. Критическая теория культуры С. Холла.

Исследования сообщений масс-медиа в работах Glasgow Media Group.

СМИ в трудах теоретиков постмодерна.

Тема 12. Социальные эффекты массовых коммуникаций

Понятие эффективности массовой коммуникации. Оценка эффектов и эффективности массовой коммуникации. Проблема влияния масс-медиа на сознание и поведение людей.

Периодизация и типология исследований эффектов воздействия средств массовой коммуникации. Модель ?массовой паники?. Выборочное восприятие информации и теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Теория ?Спираль молчания? (Spiral of Silence) Э. Нозль-Нойманн. Теория информационного дефицита и анализ долговременных эффектов массовой коммуникации. Теория ?повестка дня? (Agenda setting theory). Подход ?полезности и удовлетворения потребностей?. ?Конструирование? социальных проблем.

Тема 13. Социологическое исследование аудитории массовых коммуникаций

Развитие эмпирических исследований аудитории массовой коммуникации. Понятия и показатели аудитории СМИ. Основные тенденции поведения аудитории СМИ. Мотивы и механизмы обращения личности к средствам массовой информации. Отношение аудитории к СМИ. Факторы, определяющие границы аудитории средств массовой информации.

Потребление информации аудиторией: факторы и барьеры. Исследование аудитории ? соотношение массовых опросов и ?малых? качественных методов, электронные способы измерения аудитории, проблема рейтинга аудитории. Основные понятия и способы медиаизмерений. Аудитория в условиях многоканальной среды.

Маркетинговый подход к СМИ и сегментирование аудитории: массовый, дифференцированный и целевой маркетинг. Классификация потребителей по человеческим ценностям и стилю жизни (онлайн-вопросник the VALS Survey).

Тема 14. Социологическое исследование коммуникатора массовых коммуникаций

Проблема социологического изучения коммуникатора. Цели коммуникатора и цели аудитории.

Профессиональные и непрофессиональные коммуникаторы. Объективные и субъективные факторы поведения журналиста. Характеристики профессионального сознания и поведения журналиста. Уровни изучения журналистского сознания: индивидуальный, корпоративный, социетальный.

Изучение стратегий журналистской деятельности: открытые и скрытые коммуникативные задачи, совмещение конкурирующих задач. Исследование новых видов журналистских практик: журналистика сиюминутности и онлайн-журналистика.

Взаимоотноше?ния СМИ и их контрагентов. Влияние форм собственности на деятельность информационных органов. Проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала. Эмпирические исследования отношения журналист?тов к аудитории своего канала. Власть и журналисты. Коммерческий пиар и журналистика: проблема взаимодействия.

Тема 15. Анализ содержания массовых коммуникаций

Текст как показатель намерений коммуникатора. Эмпирические исследования содержания (контента) массовой коммуникации: основные направления исследований содержания СМИ, качественные и количественные методы исследования контента. Анализ знаковых систем и коммуникативных ситуаций. Контент-анализ отдельных акций в СМИ.

Возможности контент-анализа при исследованиях СМИ. Методика анализа содержания текстов СМИ: программа исследования, способы анализа текста, выбор единиц наблюдения и полевой этап исследования.

Интерпретация результатов исследования.

Канал как способ доставки контента. Характеристики различных каналов СМИ. Каналы, относящиеся к разным средствам передачи информации Специфика и взаимодействие различных СМИ

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Аналитический центр Юрия Левады - <http://www.levada.ru/>

Профессиональный портал для специалистов по связям с общественностью - <http://www.sovetnik.ru/>

Российская ассоциация по связям с общественностью - <http://www.raso.ru/>

Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR. - <http://www.advertology.ru/>

Фонд общественного мнения (ФОМ) - <http://www.fom.ru>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	<p>Организационно-методической базой проведения лекционных занятий является рабочий учебный план направления или специальности. При подготовке лекционного материала преподаватель обязан руководствоваться учебными программами по дисциплинам кафедры, тематика и содержание лекционных занятий которых представлена в учебно-методических комплексах. При чтении лекций преподаватель имеет право самостоятельно выбирать формы и методы изложения материала, которые будут способствовать качественному его усвоению. При этом преподаватель в установленном порядке может использовать технические средства обучения, имеющиеся на кафедре и в университете. Вместе с тем, всякий лекционный курс является в определенной мере авторским, представляет собой творческую переработку материала и неизбежно отражает личную точку зрения лектора на предмет и методы его преподавания.</p> <p>Содержание лекционного занятия как важнейшего элемента учебного процесса должно выполнять следующие функции:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. информационную изложение системы знаний, какого-либо объема научной информации; 2. мотивационную формирование познавательного интереса к содержанию учебной дисциплины и профессиональной мотивации будущего специалиста, содействие активизации мышления студентов; 3. установочную обеспечение основы для дальнейшего усвоения учебного материала; 4. воспитательную формирование сознательного отношения к процессу обучения, стремления к самостоятельной работе и всестороннему овладению профессиональными навыками. <p>Содержание и форма проведения лекционного занятия должны соответствовать требованиям, определяющим качественный уровень образовательного процесса. К ним относятся:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. научная обоснованность, информативность и современный научный уровень дидактических материалов, излагаемых в лекции; 2. методически отработанная и удобная для восприятия последовательность изложения и анализа, четкая структура и логика раскрытия излагаемых вопросов; 3. глубокая методическая проработка проблемных вопросов лекции, доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств; 4. яркость изложения, эмоциональность, использование эффективных ораторских приемов выведение главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, изложение доступным и ясным языком, разъяснение вновь вводимых терминов и названий; 5. вовлечение в познавательный процесс аудитории, активизация мышления слушателей, постановка вопросов для творческой деятельности; 6. использование возможностей информационно-коммуникационных технологий, средств мультимедиа, усиливающих эффективность образовательного процесса. Содержание лекции должно соответствовать основным дидактическим принципам, которые обеспечивают соответствие излагаемого материала научно-методическим основам педагогической деятельности. Основными из них являются целостность, научность, доступность, систематичность и наглядность.

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	<p>Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:</p> <p>1й ? организационный;</p> <p>2й - закрепление и углубление теоретических знаний.</p> <p>На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - уяснение задания на самостоятельную работу; - подбор рекомендованной литературы; - составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки. <p>Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.</p> <p>Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна.</p> <p>Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.</p> <p>Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.</p> <p>В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.</p> <p>При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.</p> <p>В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные положения публичного выступления. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для различного рода ораторской деятельности.</p> <p>Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора</p>
самостоятельная работа	<p>Включает в себя следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение теоретического лекционного материала; - проработка теоретического материала (конспекты лекций, основная и дополнительная литература); - подготовка к практическим занятиям (работе с кейсами и творческим заданиям); - подготовка презентаций (работа с MS Office PowePoint), согласно теме творческого задания, утвержденного преподавателем; - подготовку к контрольным работам.
зачет	<p>Основным источником подготовки к зачету является конспект лекций. Учебный материал в лекции дается в систематизированном виде, основные его положения детализируются, подкрепляются современными фактами и нормативной информацией, которые в силу новизны, возможно, еще не вошли в опубликованные печатные источники. Правильно составленный конспект лекций содержит тот оптимальный объем информации, на основе которого студент сможет представить себе весь учебный материал. Зачет проходит в письменной форме.</p>

Вид работ	Методические рекомендации
экзамен	<p>Подготовка студентов к экзамену включает три стадии:</p> <ul style="list-style-type: none"> самостоятельная работа в течение учебного года; непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену; подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билете. Прежде всего следует внимательно перечитать учебную программу и программные вопросы для подготовки к экзамену, чтобы выделить из них наименее знакомые. Далее должен следовать этап повторения всего программного материала. На эту работу целесообразно отвести большую часть времени. Следующим этапом является самоконтроль знания изученного материала, который заключается в устных ответах на программные вопросы, выносимые на экзамен. Тезисы ответов на наиболее сложные вопросы желательно записать, так как в процессе записи включаются дополнительные моторные ресурсы памяти. <p>Основным источником подготовки к экзамену является конспект лекций. Учебный материал в лекции дается в систематизированном виде, основные его положения детализируются, подкрепляются современными фактами и нормативной информацией, которые в силу новизны, возможно, еще не вошли в опубликованные печатные источники. Правильно составленный конспект лекций содержит тот оптимальный объем информации, на основе которого студент сможет представить себе весь учебный материал.</p>

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;

- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки "Реклама и связи с общественностью в политике".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.Б.11 Социология массовых коммуникаций

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в политике

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Основная литература:

1. Гостенина, В.И. Социология массовой коммуникации: учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - Москва : Альфа-М: ИНФРА-М, 2013. - 336 с. (Бакалавриат). - ISBN 978-5-98281-338-1 (Альфа-М) ; ISBN 978-5-16-006569-4 (ИНФРА-М). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/404699> (дата обращения: 02.03.2020). - Режим доступа: по подписке.
2. Тощенко, Ж.Т. Социология: учебник для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров и магистров 'Социология' (040100) / Ж.Т. Тощенко. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 607 с. - (Серия 'Cogito ergo sum'). - ISBN 978-5-238-02260-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028936> (дата обращения: 02.03.2020). - Режим доступа: по подписке.
3. Шарков, Ф. И. Коммуникология: социология массовой коммуникации: учебное пособие / Шарков Ф. И. - 2-е изд. - Москва : Дашков и Ко, 2012. - 320 с.: ISBN 978-5-394-01463-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/354026> (дата обращения: 02.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения : учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 274 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - www.dx.doi.org/10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-102394-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/782838> (дата обращения: 02.03.2020). - Режим доступа: по подписке.
2. Ельникова, Г. А. Социология : учебное пособие / Г.А. Ельникова. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 181 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - www.dx.doi.org/10.12737/22848. - ISBN 978-5-16-105546-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/757820> (дата обращения: 02.03.2020). - Режим доступа: по подписке.
3. Волосков, И. В. Социология культуры: курс лекций / Волосков И.В. - Москва: ИНФРА-М, 2017. - 50 с. ISBN 978-5-16-106156-5 (online). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/939861> (дата обращения: 02.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.Б.11 Социология массовых коммуникаций

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в политике

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows