

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
(МИНТРАНС РОССИИ)  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА  
(РОСАВИАЦИЯ)  
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»  
(ФГБОУ ВО СПбГУ ГА)**

**УТВЕРЖДАЮ**

Первый проректор-проректор по  
учебной работе

Н.Н. Сухих

2018 года



**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

**СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Направление подготовки  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность программы (профиль)  
**Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе**

Квалификация выпускника  
**(бакалавр)**

Форма обучения - **очная**

Санкт-Петербург  
2018

## **1 Цели освоения дисциплины (модуля)**

Целью освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» является получение теоретических знаний о массовой коммуникации как объекте социологического научного анализа и информационно-коммуникационной технологии.

Задачами освоения дисциплины являются:

- приобретение знаний об основных социологических концепциях развития системы массовых коммуникаций;
- формирование умений применения информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задач профессиональной деятельности в системе массовых коммуникаций.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к коммуникационной и рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической видам профессиональной деятельности.

## **2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО**

Дисциплина (модуль) «Социология массовых коммуникаций» входит в Базовая часть Блока 1 Дисциплины (модули).

Дисциплина (модуль) «Социология массовых коммуникаций» базируется на компетенциях, сформированных у студента при освоении дисциплин: «Введение в рекламу и связи с общественностью», «Основы теории коммуникации», «Социология», «Философия».

Дисциплина (модуль) «Социология массовых коммуникаций» является обеспечивающей для дисциплин «Актуальные проблемы современных коммуникационных процессов», «Основы медиапланирования», «Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования», «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы кросс-культурных коммуникаций»,

«Психология массовых коммуникаций», «Разработка, организация и проведение массовых и имиджевых кампаний», «Социология общественного мнения».

Дисциплина (модуль) изучается в 4 семестре.

### 3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения Дисциплины (модуля)

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
Способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- социологические концепции развития системы массовых коммуникаций.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- пользоваться справочной и научной литературой по социологии.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- социологической терминологией.</li> </ul>
Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ПК-6).	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- условия применения информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задач профессиональной деятельности.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры системы массовой коммуникации.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами медиаметрических измерений.</li> </ul>
Способность организовыв-	Знать:

<p>вать и проводить социологические исследования (ПК-10)</p>	<p>- сферы применения социологических методов исследования в системе массовой коммуникации;</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать функциональные возможности методов социологических исследований в системе массовых коммуникаций.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- количественными и качественными методами сбора информации в системе массовых коммуникаций.</li> </ul>
--	--

#### 4 Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 академических часа.

Наименование	Всего часов	Семестр
		4
Общая трудоемкость дисциплины	144	144
Контактная работа:	86,5	86,5
лекции	28	28
практические занятия	56	56
семинары		
лабораторные работы		
курсовой проект (работа)		
Самостоятельная работа студента	24	24
Промежуточная аттестация	36	36

Наименование	Всего часов	Семестр
		4
Контактная работа	2,5	2,5
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	33,5 экзамен	33,5 экзамен

## 5 Содержание дисциплины (модуля)

### 5.1 Соотнесения тем (разделов) дисциплины (модуля) и формируемых компетенций

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОК-7	ПК-6	ПК-10		
Раздел 1 Введение в социологию массовой коммуникации	16	+			Л, ПЗ, СРС, ВК	
Раздел 2 Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Массовая коммуникация как социальная подсистема.	16	+	+		Л, ПЗ, СРС	Д
Раздел 3 Эволюция теорий массовой коммуникации	18		+		Л, ПЗ, СРС	Д

Раздел 4 Эффекты массовой коммуникации	20		+		Л, ПЗ, СРС	Д
Раздел 5 Связи с общественностью и система массовых коммуникаций	18		+		Л, ПЗ, СРС	Д
Раздел 6 Социологические исследования элементов массовой коммуникации	20	+		+	Л, ПЗ, СРС	Д, 45мТ
Итого по дисциплине	108					
Промежуточная аттестация	36					
Всего по дисциплине (модулю)	144					

Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, ВК – входной контроль, У – устный опрос, Д – доклад, 45мТ – сорокапятиминутный тест.

## 5.2 Темы (разделы) дисциплины (модуля) и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	КР	Всего часов
3 семестр							
Раздел 1 Введение в социологию массовой коммуникации	6	8			2		16
Раздел 2 Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Массовая коммуникация как социальная подсистема	4	10			2		16

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	КР	Все- го ча- сов
<b>3 семестр</b>							
Раздел 3 Эволюция теорий массовой коммуникации	4	10			4		18
Раздел 4 Эффекты массовой коммуникации	6	10			4		20
Раздел 5 Связи с общественностью и система массовых коммуникаций	4	10			4		18
Раздел 6 Социологические исследования элементов массовой коммуникации	4	8			8		20
Итого за семестр	28	56			24		108
Промежуточная аттестация							36
Всего по дисциплине (модулю)							144

### **5.3 Содержание дисциплины (модуля)**

#### **Раздел 1 Введение в социологию массовой коммуникации**

Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход; роль коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости социума; коммуникации как способ формирования целей развития; технологические и социальные революции как факторы изменений в средствах и функциях массовой коммуникации.

Роль и значение массовой коммуникации в современном мире. Актуальность изучения массовой коммуникации. Массовая коммуникация, средства массовой коммуникации: определение. Коммуникация и общество: процессы, способствующие росту значимости массовой коммуникации в современном

мире. Виды коммуникации. Сравнительный анализ массовой и межличностной коммуникации. Структурные составляющие коммуникационных процессов. Особенности информационных процессов в обществах традиционного и современного типа. Типологии современных средств массовой коммуникации. Характеристики и особенности массовой коммуникации. Массовая коммуникация как предмет научного анализа.

## **Раздел 2 Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Массовая коммуникация как социальная подсистема.**

Структурный функционализм как парадигма социальных наук. Массовая коммуникация как социальная подсистема. Массовая коммуникация как социальный институт. Взаимозависимость СМИ и других социальных институтов.

СМК как социальная подсистема; факторы отбора информации в реальной деятельности информационных органов: профессиональные факторы, факторы групп интересов; СМИ и власть, понятие «четвертой власти»; понятие информационной безопасности. Динамика представлений социологов на роль СМК в жизни индивида; тоталитарная и демократическая модель взаимоотношений; теоретические модели – одноступенчатая и двухступенчатая; понятие «лидера мнений»; соотношение проблемы формирования и выражения общественного мнения.

Функции массовой коммуникации: уровень общества. Функции массовой коммуникации: индивидуальный уровень. Структурно-функциональные модели современных систем массовой коммуникации. Преимущества и недостатки структурно-функционального подхода к изучению массовой коммуникации.

## **Раздел 3 Эволюция теорий массовой коммуникации**

Понятие теории массовой коммуникации. Виды теорий массовой коммуникации. Первый этап исследований массовой коммуникации. Истоки теории «волшебной пули». Теории пропаганды. Модель массовой коммуникации Г. Лассвелла (одноступенчатая линейная модель). Второй этап исследований массовой



коммуникации. Индустрия культуры и ее роль в современном обществе (М. Хоркхаймера и Т. Адорно). Теории активной аудитории. Двухступенчатая модель коммуникации П. Лазарсфельда и ее модификации по Дж. Робинсону. Концепция социальной ответственности прессы У. Шрамма. Третий этап исследований массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации и концепции массового общества. Теория средства Г. М. Маклюена. «Теория культивирования» Дж. Гербнера. Концепция «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман. Теория социального научения А. Бандуры. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Теория диффузии нововведений Э. Роджерса и Ф. Шумейкера. Теория установления повестки дня М. Маккомбса и Д. Шоу.

#### **Раздел 4 Эффекты массовой коммуникации**

Понятие эффекта массовой коммуникации. Первые исследования эффектов массовой коммуникации. Концепции опосредованного влияния массовой коммуникации. Общая характеристика современного этапа изучения эффектов массовой коммуникации. Конкретные модели эффектов массовой коммуникации: установление пунктов повестки дня; теории информационного дефицита; модель зависимости эффектов массовой коммуникации; подход полезности и удовлетворения потребностей.

#### **Раздел 5 Связи с общественностью и система массовых коммуникаций**

Система массовых коммуникаций как поле осуществления долгосрочных и краткосрочных целей структур по связям с общественностью. Массовая коммуникация как средство реализации прав и обязанностей организаций, осуществляющих связи с общественностью, перед социумом. Деятельность средств массовой информации как реализация интересов разных социальных субъектов; формы регуляции отношений: законодательство, профессиональные кодексы этики, неформализованные способы; влияние форм собственности на деятельность информационных органов; гарантии плюрализма мнений, проблема фи-

нансовой свободы и зависимости информационного канала; коммерческая, политическая и социальная реклама в средствах массовой информации. Возможности массовой коммуникации для создания благоприятного имиджа организации. СММ, PR и реклама как единый тип коммуникации сегодня. Общие сферы интересов служб по связям с общественностью и СММ и противоречия: способы гармонизации отношений.

## **Раздел 6 Социологические исследования элементов массовой коммуникации**

Коммуникатор и социологические способы его изучения. Содержание информации и методика его анализа. Анализ содержания как социологический метод изучения информационных потоков. Использование контент-анализа в исследованиях СММ: научный и прагматический интерес. Исследования аудитории средств массовой коммуникации. Факторы, определяющие состав и границы аудитории. Методы изучения аудитории. Особенности изучения теле-, радиоаудитории. Технические и «вербальные» способы получения информации о потреблении аудиторией разных телепередач. Аудиметры: плюсы и минусы качества полученной информации. People- и tv-метрия в современной практике исследования аудиторий.

Основные единицы измерения телеаудитории. Основные медиапоказатели: рейтинг, охват, доля. Исследовательские компании, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории. Российские профессиональные организации на рынке теле- и радиометрии.

#### 5.4 Практические занятия (семинары)

Номер раздела дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (часы)
1	Практическое занятие №1 Массовая коммуникация и средства массовой коммуникации	2
1	Практическое занятие №2 Объект и предмет социологии массовой коммуникации	2
1	Практическое занятие №3 Социология массовых коммуникаций как мультипарадигмальная дисциплина	2
1	Практическое занятие №4 Виды коммуникаций	2
2	Практическое занятие №5 Массовая коммуникация как социальная подсистема и социальный институт	2
2	Практическое занятие №6 СМИ и другие социальные институты	2
2	Практическое занятие №7 Функции массовой коммуникации: уровень индивида	2
2	Практическое занятие №8 Функции массовой коммуникации: уровень общества	2
2	Практическое занятие №9 Структурно-функциональные модели СМИ	2

Номер раздела дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (часы)
3	Практическое занятие №10 СМК как объект социологического анализа	2
3	Практическое занятие №11 Первый период исследований СМК	2
3	Практическое занятие №12 Второй период исследований СМК	2
3	Практическое занятие №13 Третий период исследований СМК	2
3	Практическое занятие №14 Средства массовой коммуникации и концепции массового общества.	2
4	Практическое занятие №15 Понятие и виды эффектов массовой коммуникации	2
4	Практическое занятие №16 Линейная модель коммуникации и теории пропаганды	2
4	Практическое занятие №17 Концепции опосредованного влияния массовой коммуникации	2
4	Практическое занятие №18 Современные теории эффектов СМИ	2
4	Практическое занятие №19 Установление пунктов повестки дня	2
5	Практическое занятие №20 СМИ, PR и реклама как единый тип коммуни-	2

Номер раздела дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (часы)
	кации	
5	Практическое занятие №21 Деятельность СМИ в поле рекламы и PR	2
5	Практическое занятие №22 Формы регуляции отношений	2
5	Практическое занятие №23 Особенности взаимодействия со СМИ в рекламной и PR практике	2
5	Практическое занятие №24 Коммерческая, политическая и социальная реклама в средствах массовой информации	2
6	Практическое занятие №25 Методы изучения теле- и радио-аудитории	4
6	Практическое занятие №26 Методы изучения контента СМИ	2
6	Практическое занятие №27 Основные понятия современной медиаметрии	2
	Итого за семестр	54
	Итого по дисциплине (модулю)	54

### 5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

## 5.6 Самостоятельная работа

Номер раздела дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
№1	Изучение теоретического материала по теме «Массовая коммуникация как объект и предмет научного анализа», конспект [1]	2
№2	Изучение теоретического материала по темам «СМИ и власть, понятие «четвертой власти»; понятие информационной безопасности. Сделать конспект. [6]	2
№3	Изучение теоретического материала по теме «Теории массовой коммуникации». Составление развернутого плана в письменном виде. [2, 3]	4
№4	Изучение теоретического материала. Составление развернутого конспекта по теме: Модели эффектов МК: установление пунктов «повестки дня»; «спираль молчания»; теории информационного дефицита; модель зависимости эффектов массовой коммуникации; подход «полезности и удовлетворения потребностей». [1, 5]	4
№5	Изучение теоретического материала по теме: «СМИ, PR и реклама как единый тип коммуникации»	4

Номер раздела дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
	[6]	
№6	Изучение теоретического материала, конспект по теме: «Исследования аудитории средств массовой коммуникации». [5, 6]	4
№6	На примере разработки программы контент-анализа по конкретной проблематике разобрать сильные и слабые данного подхода в исследовании СМК [2]	4
	Итого за семестр	24
	Итого по дисциплине (модулю)	24

### 5.7 Курсовые работы (проекты)

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

## 6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

### а) основная литература

- 1 Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Антонова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 373 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00520-2. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/26399AD9-3595-420C-A2CE-62401F9D46CE](http://www.biblio-online.ru/book/26399AD9-3595-420C-A2CE-62401F9D46CE).
- 2 Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство

Юрайт, 2017. — 282 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01025-1. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/D33B5A6A-CBDA-420A-A17C-E1F5179DBB3A](http://www.biblio-online.ru/book/D33B5A6A-CBDA-420A-A17C-E1F5179DBB3A).

- 3 Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 603 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3195-2. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/A5683ECE-E3BA-4D22-8C86-6E44EE1389BV](http://www.biblio-online.ru/book/A5683ECE-E3BA-4D22-8C86-6E44EE1389BV).

б) дополнительная литература

- 4 Основы теории коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под ред. Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 193 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/30713759-13C7-49B9-8C01-A420B8208C8A](http://www.biblio-online.ru/book/30713759-13C7-49B9-8C01-A420B8208C8A).
- 5 Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 415 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/608FE4A0-AA98-4E64-969B-027B3585F2FB](http://www.biblio-online.ru/book/608FE4A0-AA98-4E64-969B-027B3585F2FB).
- 6 Болотова, А. К. Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 327 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01325-2. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/6C3F6015-A4F5-4A62-8D23-B3FC826C3602](http://www.biblio-online.ru/book/6C3F6015-A4F5-4A62-8D23-B3FC826C3602).



в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- 7 Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.online-science.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 8 Журнал «Вопросы философии» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vphil.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 9 Журнал «Социологические исследования» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.isras.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 10 Административно-управленческий портал [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.aup.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 11 Aviation Explorer [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.aex.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 12 Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.favt.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 13 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- 14 Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 15 Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

- 16 Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU»**  
[Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный  
(дата обращения: 29.01.2018).
- 17 Научно-информационное пространство Соционет** [Электронный ре-  
сурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения:  
29.01.2018).
- 18 Федеральный образовательный портал ЭСМ** [Электронный ресурс]  
— Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный (дата обращения:  
29.01.2018).

### **7 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Социоло- гия массо- вых ком- муникаций	Поточная аудитория 306	Мультимедийный проектор AcerX1261P Ноутбук ПК Asus, Экран Lumien Master picture 180*180 Доступ в сеть Интернет	Microsoft Windows 7 profes- sional, Microsoft Windows office pro- fessional plus 2007, Acrobat professional 9 Windows Interna- tional, al,Kasperskiy Anti-Virus Suite для WKS и FS, Abbyy Fine Reader 10 Corporate Editional
---	------------------------------	---	--

### **8 Образовательные и информационные технологии**

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» предполагает использование следующих образовательных технологий: входной контроль, лекции, практические занятия и самостоятельная работа студента.

**Входной контроль** проводится преподавателем в начале изучения дисциплины с целью коррекции процесса усвоения студентами дидактических единиц. Он осуществляется по вопросам дисциплин «Введение в рекламу и связи с общественностью», «Основы теории коммуникации», «Социология», «Философия».

**Традиционная лекция** составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных

и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия состояния и перспектив дисциплины «Социология массовых коммуникаций» в современных условиях. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных вопросах, стимулируется познавательная деятельность студентов.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, который сопровождается одновременной демонстрацией слайдов, созданных в программе PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы и научная публицистика.

**Практические занятия** по дисциплине проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель практических занятий (семинаров) – закрепить теоретические знания, полученные обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобрести начальные практические навыки дисциплины. Практическое занятие предназначено для более глубокого освоения и анализа тем, изучаемых в рамках данной дисциплины.

**Самостоятельная работа студента (обучающегося)** является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий и подготовка ответов на вопросы.

#### **9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)**

Фонд оценочных средств дисциплины представляет собой комплекс методических и контрольных измерительных материалов, предназначенных для определения качества результатов обучения и уровня сформированности компетенций обучающихся в ходе освоения данной дисциплины. В свою очередь, за-

дачами использования фонда оценочных средств являются осуществление как текущего контроля успеваемости студентов, так и промежуточной аттестации в форме экзамена. Фонд оценочных средств дисциплины «Социология массовых коммуникаций» включает: доклады, сорокапятиминутный тест.

**Сорокапятиминутный тест** проводится по темам в соответствии с данной программой и предназначен для проверки обучающихся на предмет освоения материала. Контроль выполнения задания, выдаваемого на самостоятельную работу, преследует собой цель своевременного выявления плохо усвоенного материала дисциплины для последующей корректировки или организации обязательной консультации.

**Доклад** – это продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической или учебно-исследовательской темы. Доклады студентов занимают не больше 10 минут и могут проводиться в форме презентаций в среде MS Office PowerPoint.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в виде экзамена в 4 семестре. Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает активность студентов на занятиях, посещаемость занятий, оценки за практические работы, устные доклады и выполнение самостоятельных заданий.

**Экзамен** позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Экзамен предполагает ответ на теоретические вопросы из перечня вопросов по курсу. К моменту сдачи экзамена должны быть успешно пройдены предыдущие формы контроля.

## 9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часов.

### 3 семестр

Раздел (тема) / Вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов (из общего расчета 100 баллов на дисциплину)		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Прим.
	миним. (порог.зн.)	максим. (порог.зн.)		
Лекция № 1	1	1	1	
Практическое занятие № 1	1	2	1	
Практическое занятие № 2	1	2	1	
Лекция № 2	1	1	2	
Практическое занятие № 3	1	2	2	
Практическое занятие № 4	1	2	2	
Лекция № 3	1	1	3	
Практическое занятие № 5	1	2	3	
Практическое занятие № 6	1	2	3	
Лекция № 4	1	1	4	
Практическое занятие № 7	1	2	4	
Практическое занятие № 8	1	2	4	
Лекция № 5	1	1	5	
Практическое занятие № 9	1	2	5	
Практическое занятие № 10	1	2	5	
Лекция № 6	1	1	6	
Практическое занятие № 11	1	2	6	
Практическое занятие № 12	1	2	6	

Раздел (тема) / Вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов (из общего расчета 100 баллов на дисциплину)		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Прим.
	миним. (порог.зн.)	максим. (порог.зн.)		
Лекция № 7	1	1	7	
Практическое занятие № 13	1	2	7	
Практическое занятие № 14	1	2	7	
Лекция № 8	1	1	8	
Практическое занятие № 15	1	2	8	
Практическое занятие № 16	1	2	8	
Лекция № 9	1	1	9	
Практическое занятие № 17	1	2	9	
Практическое занятие № 18	1	2	9	
Лекция № 10	1	1	10	
Практическое занятие № 19	1	1	10	
Практическое занятие № 20	1	2	10	
Лекция № 11	1	2	11	
Практическое занятие № 21	1	2	11	
Практическое занятие № 22	1	2	11	
Лекция № 12	1	1	12	
Практическое занятие № 23	1	2	12	
Практическое занятие № 24	2	2	12	
Лекция № 13	1	1	13	
Практическое занятие № 25	1	2	13	
Практическое занятие № 26	2	2	13	
Лекция № 14	1	1	14	
Практическое занятие № 27	1	2	14	

Раздел (тема) / Вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов (из общего расчета 100 баллов на дисциплину)		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Прим.
	миним. (порог.зн.)	максим. (порог.зн.)		
Практическое занятие № 28	2	2	14	
Итого по обязательным видам занятий	45	70		
Экзамен	15	30		
Итого по дисциплине (модулю)	60	100		
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по 5-ти балльной «академической» шкале				
Количество баллов по БРС	Оценка (по 5-ти балльной «академической» шкале)			
90 и более	5 – «отлично»			
70÷89	4 – «хорошо»			
60÷69	3 – «удовлетворительно»			
менее 60	– «неудовлетворительно»			

## 9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В процессе преподавания дисциплины «Социология массовых коммуникаций» для текущей аттестации обучающихся используются следующие формы:

- заслушивание и оценка докладов и выступлений по вопросам тем практических занятий;
- - тестирование.

По итогам освоения дисциплины проводится аттестация обучающихся в форме экзамена.

Основными документами, регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся в ГУГА являются: Устав СПбГУГА, учебная программа по соответствующему направлению подготовки бакалавров, Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса в ГУГА.

На первом занятии преподаватель доводит до сведения обучающихся график текущего контроля освоения дисциплины и критерии оценки знаний при текущем контроле успеваемости, а также сроки и условия промежуточной итоговой аттестации.

Реализацию непрерывного контроля знаний согласно графику преподаватель осуществляет за счет часов, предусмотренных нормами времени на проверку различного рода письменных работ, проведение консультаций и пр.

Показателями, характеризующими текущую учебную работу студентов, являются:

- активность посещения занятий и работы на занятиях;
- выступление с докладами;
- оценка прохождения теста.

Сроки промежуточной аттестации определяются графиком учебного процесса. По дисциплине «Социология массовых коммуникаций» предусмотрен экзамен. Для допуска к нему необходимо предоставить все работы, выполняемые в течение семестра.



### **9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине (модулю)**

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

### **9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам (модулям)**

#### **Введение в рекламу и связи с общественностью**

- 1 Раскройте понятие рекламы и определите ее как культурно-исторический феномен.
- 2 Раскройте позитивные и негативные аспекты отношения к рекламе и определите, чем они обоснованы.
- 3 Охарактеризуйте основные функции рекламы.
- 4 Назовите главные предпосылки возникновения и развития проторекламы.
- 5 Каковы основные тенденции развития российской рекламы начала ХХIв.

#### **Основы теории коммуникации**

- 1 Понятие и элементы коммуникации
- 1 Основные модели коммуникации

#### **Социология**

- 1 Объект, предмет и структура социологии.
- 2 Основные методы и функции социологии.
- 3 Место и роль социологии в системе общественных наук.
- 4 Основные этапы становления и развития социологической мысли.
- 5 Возникновение и развитие западноевропейской социологии (О. Конт, Э. Дюркгейм, М. Вебер, К.Маркс и др.)
- 6 Особенности развития социологии в России.
- 7 Современный этап развития социологии.
- 8 Общество как социокультурная система.

## Философия

- 1 Структура научного знания.
- 2 Проблема обоснования достоверности научного знания.
- 2 Критерии научности знания. Верификация и фальсификация.
- 3 Проблема индукции в научном познании.
- 4 Рост научного знания и проблема научного метода.

### 9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
ОК-7 Способность к самоорганизации и самообразованию	Знать: - социологические концепции развития системы массовых коммуникаций.  Уметь: -пользоваться справочной и научной литературой по социологии.	Базовый уровень: Имеет представление об объекте и предмете социологии массовых коммуникаций	Знает основные социологические понятия и категории. Высокий уровень владения социологической терминологией, понятийно-категориальным аппаратом. Логически последовательно, взаимосвязанно и правильно структурированно излагает учебный материал. Умеет устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи ме-

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
	Владеть: - социологической терминологией.	Профессиональный уровень: Имеет устойчивые, системные знания по изучаемой дисциплине.	жду событиями, процессами и явлениями в системе массовых коммуникаций.
ПК-6 Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиогра-	Знать: - условия применения информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задач профессиональной деятельности.	Базовый уровень: Имеет представление об условиях применения информационно-коммуника-	Знает возможности применения теоретических концепций и методов изучения системы массовых коммуникаций. Умеет обоснованно выбрать и правильно применить теоретико-методологическую концепцию и методы изучения системы массовой коммуникации для решения задач профессионального характера.

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
фической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры системы массовой коммуникации.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами метрических измерений.</li> </ul>	<p>ционных технологий для решения стандартных задач профессиональной деятельности.</p> <p>Профессиональный уровень:</p> <p>Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на ос-</p>	

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
		нове ин-формационной и библиографической культуры системы массовой коммуникации.	
Способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сферы применения социологических методов исследования в системе массовой коммуникации;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использо- вать функцио-</li> </ul>	<p>Базовый уровень</p> <p>Имеет представление об объекте и предмете социологии массовых коммуникаций</p>	<p>Умеет обоснованно</p> <p>Подобрать социологические методы к конкретной исследовательской задаче в системе массовых коммуникаций.</p>

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
	<p>нальные возможности методов социологических исследований в системе массовых коммуникаций.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- количественными и качественными методами сбора информации в системе массовых коммуникаций.</li> </ul>	<p>Профессиональный уровень:</p> <p>Имеет представление о техниках медиаметрических измерений.</p>	

Характеристики шкалы оценивания приведены ниже.

1. Максимальное количество баллов за экзамен – 30. Минимальное (зачетное) количество баллов («экзамен сдан») – 15 баллов.
2. При наборе менее 15 баллов – экзамен не сдан по причине недостаточного уровня знаний.

3. Экзамен выставляется как сумма набранных баллов за ответы на вопросы билета

– *1 балл*: отсутствие продемонстрированных знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта (нет ответа на вопрос) или отказ от ответа;

– *2 балла*: нет удовлетворительного ответа на вопрос, демонстрация фрагментарных знаний в рамках образовательного стандарта, незнание лекционного материала;

– *3 балла*: нет удовлетворительного ответа на вопрос, много наводящих вопросов, отсутствие ответов по основным положениям вопроса, незнание лекционного материала;

– *4 балла*: ответ удовлетворительный, оценивается как минимально необходимые знания по вопросу, при этом студентом продемонстрировано хотя бы минимальное знание всех разделов вопроса в пределах лекционного материала. При этом студентом демонстрируется достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;

– *5 баллов*: ответ удовлетворительный, достаточные знания в объеме учебной программы, ориентированные на воспроизведение; использование научной (технической) терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

– *6 баллов*: ответ удовлетворительный, студент достаточно ориентируется в основных аспектах вопроса, демонстрирует полные и систематизированные знания в объеме учебной программы;

– *7 баллов*: ответ хороший (достаточное знание материала), но требовались наводящие вопросы, студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;

– *8 баллов*: ответ хороший, ответом достаточно охвачены все разделы вопроса, единичные наводящие вопросы; студент демонстрирует способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы;

– *9 баллов*: систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; студент демонстрирует способность самостоя-

тельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;

– *10 баллов*: ответ на вопрос полный, не было необходимости в дополнительных (наводящих вопросах); студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы.

## **9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)**

### **Примерный перечень контрольных вопросов и задания для проведения текущего контроля успеваемости по лекционным темам**

#### **Раздел 1 Введение в социологию массовой коммуникации**

##### **Вопросы**

- 1 Понятие и виды коммуникации.
- 2 Функции коммуникации в обеспечении устойчивости и развития социума.
- 3 Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход.
- 4 Массовая коммуникация, средства массовой коммуникации: определение.
- 5 Типологии современных средств массовой коммуникации.
- 6 Характеристики и особенности массовой коммуникации.

#### **Раздел 2 Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Массовая коммуникация как социальная подсистема.**

##### **Вопросы**

- 1 Массовая коммуникация как социальная подсистема.
- 2 Массовая коммуникация как социальный институт.
- 3 Функции массовой коммуникации: уровень общества.
- 4 Функции массовой коммуникации: индивидуальный уровень.



### Раздел 3 Эволюция теорий массовой коммуникации

#### Вопросы

- 1 Понятие теории массовой коммуникации. Виды теорий массовой коммуникации.
- 2 Первый этап исследований массовой коммуникации.
- 3 Второй этап исследований массовой коммуникации.
- 4 Третий этап исследований массовой коммуникации.
- 5 Средства массовой коммуникации и концепции массового общества.

### Раздел 4 Эффекты массовой коммуникации

#### Вопросы

- 1 Понятие эффекта массовой коммуникации.
- 2 Концепции прямого влияния
- 3 Концепции опосредованного влияния массовой коммуникации.
- 4 Конкретные модели эффектов массовой коммуникации.

### Раздел 5 Связи с общественностью и система массовых коммуникаций

#### Вопросы

- 1 Деятельность средств массовой информации.
- 2 СМИ, PR и реклама как единый тип коммуникации сегодня.
- 3 Общие сферы интересов служб по связям с общественностью и СМК.
- 4 Система массовых коммуникаций как поле осуществления долгосрочных и краткосрочных целей структур по связям с общественностью.

### Раздел 6 Социологические исследования элементов массовой коммуникации

#### Вопросы

- 1 Коммуникатор и социологические способы его изучения.
- 2 Анализ содержания как социологический метод изучения информационных потоков.

- 3 Исследования аудитории средств массовой коммуникации.
- 4 Методы изучения аудитории СМИ.
- 5 Основные единицы измерения телеаудитории.
- 6 Основные медиапоказатели: рейтинг, охват, доля.
- 7 Исследовательские компании, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории.

### **Типовые тестовые задания**

#### **1) Массовая коммуникация – это:**

1. Систематическое распространение сообщений через печать, телевидение, радио среди численно рассредоточенной аудитории.
2. Средства общения, взаимодействия, включая печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, видео и аудио, кино.
3. Вся сфера духовной (наука, искусство, литература) и духовно-практической (образование, воспитание, управление) деятельности.

#### **2) Социологическое изучение массовой коммуникации началось:**

1. В последней трети 19 века.
2. В 1920-е гг.
3. В 1960-е гг.

**Поясните свой от-**

**вет** \_\_\_\_\_

---

#### **3) Пропаганду характеризуют определения:**

1. Односторонняя коммуникация, убеждение с целью достижения взаимопонимания и налаживания конструктивного сотрудничества.
2. Односторонняя коммуникация, информационное давление с целью навязывания общественности требуемой точки зрения.

3. Двусторонняя коммуникация, учет реакции общественности на сообщение.
- 4) Назовите автора «теории пропаганды» (теории «волшебной пули»)  
\_\_\_\_\_
- 5) Элементами стандартной линейной модели коммуникации являются:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- 6) Теория двуступенчатой модели коммуникации предложена:
1. Г. Лассуэлом.
  2. Н. Луманом
  3. П. Лазарсфельдом
  4. М. Маклюэном.
- 7) Люди, которые проводят у телевизионных экранов все свободное время, в результате чего у них формируется некритическое восприятие к получаемой информации, называются:
1. реципиентами
  2. легкими телезрителями
  3. тяжелыми телезрителями
  4. массовой аудиторией
- 8) Отметьте те характеристики, которые относятся к средствам массовой коммуникации:
1. общедоступность
  2. корпоративный характер производства и распространения информации
  3. элитарность
  4. изменчивость
  5. обращенность к массовой аудитории

6. авторский тип производства сообщений

7. обеспечение двусторонней коммуникации аудитории и коммуникатора

**9) «Спираль молчания» Э. Ноэль-Нойман объясняет:**

1. Особенности функционирования СМИ в обществе
2. Механизм создания и функционирования общественного мнения
3. Систему производства и распространения информации в обществе
4. Феномен конформизма

**Какова роль СМИ в механизме «спирали молчания»?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**10) Теории ограниченного влияния СМИ возникают:**

1. В 20-е гг. XX века.
2. В 70-80-е гг. XX века.
3. В 40-60-е гг. XX века.

**11) Перечислите основные функции массовой коммуникации:**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**12) Что понимали Т. Адорно и М. Хоркхаймер под «индустрией культуры»?**

1. Доступную, актуальную, развлекательную информацию, восприятие которой не требует усилий от аудитории.

2. Информацию, обладающую высокой ценностью доступную только избранным слоям общества.

**13) Главный тезис «теории средства» М. Маклюэна звучит как:**

1. средство есть способ передачи сообщения
2. средство есть сообщение
3. средства нет
4. средство есть феномен массовой культуры
5. средство есть канал коммуникации

**14) Внимательно прочитайте следующее утверждение:**

«Приоритеты интересов аудитории формируется СМК. Большинство людей акцентирует внимание на трех-пяти новостных темах. Это создает условия для СМК выдвигать на первый план те, которые они считают наиболее важными. Тем самым достигается эффект влияния через привлечение внимания к муссируемым проблемам. Так осуществляется переход от неизвестных или незначимых для публики лиц и вопросов к известным, популярным, значимым.»

**К какой концепции вы могли бы его отнести?** \_\_\_\_\_

**15) Основное положение теории «культивирования» Дж. Гербнера:**

1. Воздействуя на сознание общества, СМК культивирует различные социальные роли и ценности
2. СМК влияет на развитие общей структуры социальных отношений.
3. СМК культивирует в обществе чувство страха.
4. СМК культивирует в обществе агрессивное поведение.

**16) Теория когнитивного диссонанса объясняет:**

1. манипулятивный характер сообщений СМК
2. создание и функционирования общественного мнения
3. избирательное отношение людей к информации в СМИ.
4. существование тяжелых и легких телезрителей.

## Примерный перечень вопросов к экзамену для проведения промежуточного контроля по дисциплине

- 1 Массовая коммуникация, средства массовой коммуникации: определение.
- 2 Типологии современных средств массовой коммуникации.
- 3 Массовая коммуникация как социальный институт.
- 4 Основные функции массовой коммуникации. Индивидуальный уровень и уровень общества.
- 5 Характеристики и особенности массовой коммуникации.
- 6 Функции СМК П. Лазарсфельда.
- 7 Типы коммуникации. Отличие массовой коммуникации от межличностной и специальной.
- 8 Эволюция представлений социологов на роль СМК в жизни социума.
- 9 Проблема эффектов и эффективности массовой коммуникации.
- 10 Первый этап исследований массовой коммуникации (У. Липпман, Г. Лассуэл, Т. Адорно, М. Хоркхаймер).
- 11 Понятие «стереотипа» (У. Липпман)
- 12 Модель коммуникации Г. Лассуэла.
- 13 Второй этап исследований массовой коммуникации (теория «минимального эффекта» П. Лазарсфельда, концепция социальной ответственности прессы У. Шрамма, концепция удовлетворения потребностей аудитории Б. Берельсона)
- 14 Двухступенчатая модель коммуникативного воздействия Лазарсфельда и Р. Мертона.
- 15 Концепция социальной ответственности прессы У. Шрамма.
- 16 Третий этап исследований массовой коммуникации (Г. Маклюен, «теория культивирования» Дж. Гербнера, концепция «спирали молчания»).
- 17 «Теория культивирования» Дж. Гербнера.
- 18 Исследования агрессивного контента на телевидении. Теория социального научения А. Бандуры.
- 19 Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера.
- 20 Теория установления повестки дня М. Маккомбса и Д. Шоу.

- 21 «Спираль молчания» Э. Ноэль-Нойман.
- 22 Эмпирические методы анализа массовой коммуникации.
- 23 Содержание информации и методика его анализа. Анализ содержания как социологический метод изучения информационных потоков.
- 24 Исследования аудитории средств массовой коммуникации. Методы изучения аудитории.
- 25 СМИ, PR и реклама как единый тип коммуникации.

### **10 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий и списком рекомендованной литературы. Также ему следует уяснить, что уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях и практических занятиях. Также в этом процессе важное значение имеет самостоятельная работа, направленная на вовлечение обучающегося в самостоятельную познавательную деятельность и формирование у него методов организации такой деятельности с целью формирования самостоятельности мышления, способностей к профессиональному саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации в современных условиях.

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические занятия. В ходе лекции преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия, а также соответствующие теоретические и практические проблемы, дает задания и рекомендации для практических занятий, а также указания по выполнению обучающимся самостоятельной работы.

Задачами лекций являются:

- ознакомление обучающихся с целями, задачами и структурой дисциплины, ее местом в системе наук и связями с другими дисциплинами;
- краткое, но по существу, изложение комплекса основных научных понятий, подходов, методов, принципов данной дисциплины;

- краткое изложение наиболее существенных положений, раскрытие особенно сложных, актуальных вопросов, освещение дискуссионных проблем;
- определение перспективных направлений дальнейшего развития научного знания в данной области.

Темы лекций и рассматриваемые в ходе их вопросы приведены в п. 5.3.

Значимым фактором полноценной и плодотворной работы обучающегося на лекции является культура ведения конспекта. Принципиально неверным, но получившим в наше время достаточно широкое распространение, является отношение к лекции как к «диктанту», который обучающийся может аккуратно и дословно записать. Слушая лекцию, необходимо научиться выделять и фиксировать ее ключевые моменты, записывая их более четко и выделяя каким-либо способом из общего текста.

Полезно применять какую-либо удобную систему сокращений и условных обозначений. Применение такой системы поможет значительно ускорить процесс записи лекции. Конспект лекции предпочтительно писать в одной тетради, а не на отдельных листках, которые потом могут затеряться. Рекомендуется в конспекте лекций оставлять свободные места, или поля, например, для того, чтобы была возможность записи необходимой информации при работе над материалами лекций.

При ведении конспекта лекции необходимо четко фиксировать рубрикации материала – разграничение разделов, тем, вопросов, параграфов и т. п.

Обязательно следует делать специальные пометки, например, в случаях, когда какое-либо определение, положение, вывод остались неясными, сомнительными. Иногда обучающийся не успевает записать важную информацию в конспект. Тогда необходимо сделать соответствующие пометки в тексте, чтобы не забыть, восполнить эту информацию в дальнейшем.

Качественно сделанный конспект лекций поможет обучающемуся в процессе самостоятельной работы и при подготовке к промежуточной аттестации.

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с п. 5.4 по отдельным группам. Цели практических занятий: закрепить теоретические



знания, полученные студентом на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы.

Темы практических занятий заранее сообщаются обучающимся для того, чтобы они имели возможность подготовиться и проработать соответствующие теоретические вопросы дисциплины. В начале каждого практического занятия преподаватель:

- кратко доводит до обучающихся цели и задачи занятия, обращая их внимание на наиболее сложные вопросы по изучаемой теме;

- проводит устный опрос обучающихся, в ходе которого также обсуждаются дискуссионные вопросы.

На практических занятиях обучающиеся представляют самостоятельно подготовленные доклады, в том числе в виде презентаций, которые выполнены в MS PowerPoint, конспектируют новую информацию и обсуждают эти доклады. Преподаватель в этом процессе может выступать в роли консультанта или модератора.

По итогам лекций и практических занятий преподаватель выставляет в журнал полученные обучающимся баллы, согласно п. 9.1 и п. 9.2. Отсутствие студента на занятиях или его неактивное участие в них может быть компенсировано самостоятельным выполнением дополнительных заданий и представлением их на проверку преподавателю в установленные им сроки.

В современных условиях перед студентом стоит важная задача – научиться работать с массивами информации. Обучающимся необходимо развивать в себе способность и потребность использовать доступные информационные возможности и ресурсы для поиска нового знания и его распространения. Обучающимся необходимо научиться управлять своей исследовательской и познавательной деятельностью в системе «информация – знание – информация». Прежде всего, для достижения этой цели, в вузе организуется самостоятельная работа обучающихся. Кроме того, современное обучение предполагает, что существенную часть времени в освоении учебной дисциплины обучающийся проводит самостоятельно. Принято считать, что такой метод обучения должен

способствовать творческому овладению обучающимися специальными знаниями и навыками.

Самостоятельная работа обучающегося весьма многообразна и содержательна. Она включает следующие виды занятий (п. 5.6):

–самостоятельный поиск, анализ информации и проработка учебного материала;

–подготовку к устному опросу (перечень типовых вопросов для текущего контроля в п. 9.6);

–подготовку докладов

- подготовку к письменной аудиторной работе

Систематичность занятий предполагает равномерное, в соответствии с пп. 5.2, 5.4 и 5.6, распределение объема работы в течение всего предусмотренного учебным планом срока овладения дисциплиной. Такой подход позволяет избежать дефицита времени, перегрузок, спешки и т. п. в завершающий период изучения дисциплины. Последовательность работы означает преемственность и логику в овладении знаниями по дисциплине. Данный принцип изначально заложен в учебном плане при определении очередности изучения дисциплин. Аналогичный подход применяется при определении последовательности в изучении тем дисциплины. Завершающим этапом самостоятельной работы является подготовка к промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, предполагающая интеграцию и систематизацию всех полученных при изучении учебной дисциплины знаний.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины позволяет определить уровень освоения обучающимся компетенций (п. 9.5) за период изучения данной дисциплины. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины предполагает ответы на 3 теоретических вопроса из перечня вопросов, вынесенных на аттестацию.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 1 «Философии и социальных коммуникаций» «30» января 2018 года, протокол № 6 .

Разработчики:

Старший преподаватель



Мухортова В.Н.

*(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков программы)*

Заведующий кафедрой № 1 "Философии и социальных коммуникаций":

к.ф.н., доцент



Майор М. Н.

*(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)*

Программа согласована:

Руководитель ОПОП

к.ф.н., доцент



Майор М. Н.

*(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)*

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «14» февраля 2018 года, протокол №5.