

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Социология массовых коммуникаций»

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: дать студентам целостное представление о теоретических принципах и практических способах применения методов социологии массовой коммуникации. Данная отрасль знания направлена на расширение профессионального и культурного горизонта специалиста в области рекламы и связей с общественностью, формирование его эффективной профессиональной, общественно значимой деятельности.

Задачи освоения дисциплины:

- освоение студентами ключевых понятий и категорий социологии массовой коммуникации;
- ознакомление с основными научными направлениями, теориями и концепциями, учеными, внесшими весомый вклад в развитие науки;
- изучение закономерностей массово-коммуникационных процессов;
- изучение развития проблем массовых коммуникаций в современной социологии;
- особенности использования эмпирических методов изучения массовых коммуникаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» относится к базовой части дисциплин. Изучается в 5-6 семестрах.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины:

- Основы теории коммуникации
- Основы теории и практики рекламы
- Основы теории и практики связей с общественностью
- Философия
- Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью
- Основы маркетинга
- Методика изучения исторической информации
- Введение в медиаисследования и медиаизмерения
- Теория и практика массовой информации
- Психология массовых коммуникаций
- Профессионально ознакомительная практика
- Проектная деятельность
- Профессионально-творческая практика

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс станет основой изучения правовых аспектов в рамках дисциплин:

- .Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
- Планирование рекламных кампаний
- Планирование PR-кампаний
- Исследования визуальных коммуникаций в масс-медиа
- Основы интегрированных коммуникаций

- Основы брендинга
- Консалтинг в рекламе и связях с общественностью
- Поведение потребителей
- Технологии имиджмейкинга
- Демография и социальная статистика
- Профессионально-творческая практика
- Научно-исследовательская работа
- Преддипломная практика
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

| Код и наименование реализуемой компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций |
|--|---|
| <p>ОПК2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> | <p>Знать: основные научные направления, теории и концепции, описывающие социологические подходы к медиасреде современного общества</p> <p>Уметь: организовывать социологическое сопровождение коммуникационных кампаний</p> <p>Владеть: навыками социологического анализа средств массовой коммуникации</p> |
| <p>ОПК4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p> | <p>Знать: основные категории и понятия социологии массовой коммуникации; особенности функционирования внешней и внутренней коммуникации организации</p> <p>Уметь: выделять основные проблемы и тенденции развития средств массовой коммуникации для обеспечения функционирования коммуникационной инфраструктуры организации</p> <p>Владеть: Навыками применения полученных знаний при проведении различных кампаний с использованием современных институтов массовой коммуникации.</p> |
| <p>ПК6 Способен применять исследовательские инструменты при проведении маркетинговых и социологических исследований в профессиональной деятельности</p> | <p>Знать: социологические методы исследования массово-коммуникационных процессов, особенности использования эмпирических методов изучения социальных коммуникаций</p> <p>Уметь: исследовать массово-коммуникационные процессы с помощью эмпирических социологических методов;</p> <p>Владеть: Метода сбора и анализа данных социологических исследований массовой коммуникации</p> |
| <p>УК1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p> | <p>Знать: особенности функционировании массовой коммуникации как социального института; социологические закономерности массово-коммуникационных процессов, их особенности на разных этапах развития общества</p> <p>Уметь: анализировать массово-коммуникационные процессы в современном</p> |

| | |
|--|---|
| | обществе; Владеть: навыками исследования процессов массовой коммуникации в обществе |
|--|---|

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 5 зачетных единиц

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение семинарских занятий, в том числе с проведением дискуссий по наиболее острым проблемам курса, обсуждение и анализ в контексте плановых занятий социологических проблем массовых коммуникаций;
- подготовка, публичные презентации и обсуждение докладов;
- проведение дискуссий, «круглого стола» в семинарских группах по итоговым занятиям разделов курса.
- работа обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний)
- проведение практических занятий, связанных с отработкой навыков проведения исследований в сфере массовой коммуникации.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: нормативных документов, лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- подготовка докладов, написание реферата;
- подготовка к выступлению на семинарах, групповых дискуссиях
- подготовка к зачету и экзамену, пр.

6. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами, разбора ситуаций), проверки выполнения домашних заданий, а также проверки освоения обучающимися учебной и научной литературы по вопросам, изучаемым в рамках учебной дисциплины.

Промежуточный контроль осуществляется путем контрольных работ, подготовки докладов, презентаций. Промежуточный контроль предполагает усвоение студентом пройденной части учебного курса, а также степень знаний этих подходов. Написание реферативной работы, выполнение заданий – так же формы промежуточного контроля.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения зачета и экзамена по утвержденной программе.