ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Институт медиа и социально-гуманитарных наук

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Лободенко Л. К.
Пользователь: lobodenkolk
Дата подписания: 09.11.2021

Л. К. Лободенко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.О.20 Социология массовых коммуникаций
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Шестеркина Л. П.
Пользователь: shesterkinalp
Дата подписания: 09.11.2021

Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.пед.н., доц., доцент (кн)

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Перевозова О. В.
Пользователь: perevozovaov
Дата подписания: 08.11.2021

О. В. Перевозова

СОГЛАСОВАНО

Руководитель направления
к.пед.н., доц.

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Лычагина И. Н.
Пользователь: lychaginain
Дата подписания: 09.11.2021

И. Н. Лычагина

Челябинск

1. Цели и задачи дисциплины

Цель данного курса - сформировать у студентов системный комплекс знаний в области социологии массовых коммуникаций, основанных на изучении существующих теоретических подходов и точек зрения научно-исследовательских школ относительно ключевых моментов курса, а также научить применять данные знания на практике и ориентировааться на опыт современных исследователей в данной области. Задачи дисциплины: 1. Рассмотреть теоретические и методологические основы исследования системы массовой коммуникации как социального процесса. 2. Сформировать представления о массовых коммуникациях как социальном институте. 3. Рассмотреть место социологических знаний в системе массовых коммуникаций. 4. Обозначить основные методы изучения общественного мнения и научить применять их в профессиональной деятелньости.

Краткое содержание дисциплины

Изучение дисциплины «Социология массовых коммуникаций» позволяет сформировать у студентов, обучающихся по направлению "Реклама и связи с общественностью", общие представления о системе массовых коммуникаций, об их функциях, роли в социальных процессах и влиянии на различные социальные структуры, а знание характеристик системы массовых коммуникаций как социального института позволит эффективно осуществлять профессиональную деятельность по формированию общественного мнения и управлению им.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает: "Основы социологии массовых коммуникаций Умеет: Применять социологические знания в сфере командной работы Имеет практический опыт: Социального взаимодействия
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знает: Запросы и ожидания аудитории средств массовой информации. Умеет: Разрабатывать методологию социологического исследования Имеет практический опыт: Проведения социологического исследования

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.О.24 Маркетинг, 1.О.11 Основы социального государства, 1.О.25 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	1.О.34 Медиапланирование

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
1.О.25 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Знает: Принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности, "Виды, формы массовой коммуникации, структуру и функции СМК и СМИ, инфор-мационно-коммуникационные технологии в сфере массовой коммуникации, законы и этические стандарты регулирования взаимотношений СМИ и общества, требования к информационной безопасности; - основные теоретические понятия сферы маркетинговых исследований;" Умеет: Осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии, Выполнять аналитические и организационные работы с применением информационно-коммуникационных технологий, собирать и систематизировать социальную информацию по массовой коммуникации; Имеет практический опыт: Применения навыков поведения, соответствующего социальной ответственности, типовым эффектам и последствий профессиональной деятельности, Использования методов информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач
1.О.11 Основы социального государства	Знает: "- Основные положения законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты в рамках своей деятельности; - содержание конституционных и иных прав в сфере осуществления деятельности, порядок их реализации и защиты; виды и основания ответственности по законодательству Российской Федерации за правонарушения., "- Способы осуществления социального взаимодействия в команде; - виды ролей в команде. Умеет: "- Находить нормативную информацию в рамках своей деятельности; - обосновывать и принимать в пределах должностных обязанностей решения, а также совершать действия, связанные с реализацией правовых норм., "- Определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; - при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывать особенности поведения и интересы других участников; - анализировать возможные последствия личных действия в социальном

	взаимодействии и командной работе и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого; - осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом членами команды; соблюдать нормы и установленные правила командной работы; нести личную ответственность за результат. Имеет практический опыт: "- Поиска, толкования и применения действующего законодательства в практической деятельности., "- Осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде.
1.О.24 Маркетинг	Знает: принципы командообразования, распределения ролей и функционала при работе с маркетинговым проектом; принципы коммуникации, приемы управления маркетинговой деятельностью на предприятии, основные понятия маркетинга, факторы маркетинговой среды, критерии оценивания рынка, принципы сегментирования; виды маркетинговой информации и способы ее получения; приемы ценообразования Умеет: осуществлять выбор средств и методов коммуникации; планировать маркетинговую деятельность на предприятии, проводить анализ маркетинговой среды предприятия, осуществлять выбор инструментов маркетинга; определять методику оценки эффективности маркетинговых мероприятий Имеет практический опыт: планирования маркетинговых действий, работы в команде, использования инструментов для анализа микро и макросреды; выбора инструментов комплекса маркетинга; использования и анализа эффективности применения маркетинговых технологий

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 18,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		5
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия:	12	12
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	4	4
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	89,75	89,75

с применением дистанционных образовательных технологий	0	
Выполнение домашних заданий	26	26
Контрольные работы	12	12
Подготовка докладов	5,75	5.75
Составление конспектов	22	22
Аналитическая работа	24	24
Консультации и промежуточная аттестация	6,25	6,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Основы социологии массовых коммуникаций	6	4	2	0
2	Методы социологического исследования	6	4	2	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Введение в социологию массовых коммуникаций. Подходы к определению понятия и виды социологического исследования	1
2	1	Общественное мнение как объект рекламной и PR-деятельности	1
3	1	Реклама, PR и журналистика как социальный институт	2
4	2	Опрос как метод сбора первичной информации	2
5	2	Особенности метода фокус-группа	1
6	2	Анализ документов как метод сбора вторичной информации	1

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Федеральные и региональные агентства, специализирующиеся на социологических исследованиях. Их проекты	1
2	1	Примеры программ соц.исследований	1
3	2	Анкетный опрос и интервью. Композиция анкеты и гайда интервью	1
4	2	Метод контент-анализ	1

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов

Выполнение домашних заданий	Сайт ВЦИОМ. - http://wciom.ru; Сайт ТНС Гэллап Медиа. - http://www.tns-global.ru; Сайт КОМКОН. - http://www.comcon-2.ru; Сайт ФОМ. - http://fom.ru; Сайт РОМИР. - http://www.romir.ru; ; Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. - М.: Издательство "Дашков и К", 2015. - С. 134-184; Подготовка и защита ВКР по специальностям "Связи с общественностью" и "Реклама": методические указания / Л.К. Лободенко, Л.В. Пелленен, А.А. Добрикова, Е.Н. Пескова, А.Г. Блудова. - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. - С. 19-28; 65-88; Схемы, подготовленные преподавателем.	5	26
Контрольные работы	Филатова, О.Г. Социология массовой коммуникации: учебное пособие / О.Г. Филатова. – М.: Гардарики, 2006. – С. 207-216; 116-222; Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. - М.: Издательство "Дашков и К", 2015. - С. 134-184.	5	12
Подготовка докладов	Филатова, О.Г. Социология массовой коммуникации: учебное пособие / О.Г. Филатова. – М.: Гардарики, 2006. – С. 207-216; 116-222; Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: Учебник для бакалавров / Л.Н. Федотова. - 5-е изд. перераб. и доп. - М.: Издательсто Юрайт, 2016. - С. 482-486; 493-504; 518-550; Сайт ВЦИОМ. - http://wciom.ru; Сайт ТНС Гэллап Медиа. - http://www.tns-global.ru; Сайт КОМКОН. - http://www.comcon-2.ru; Сайт ФОМ. - http://fom.ru; Сайт РОМИР. - http://www.romir.ru	5	5,75
Составление конспектов	Филатова, О.Г. Социология массовой коммуникации: учебное пособие / О.Г. Филатова. – М.: Гардарики, 2006. – С. 23-30; 30-53; 83-91216-221; Федотова, Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: Учебник для бакалавров / Л.Н. Федотова. - 5-е изд. перераб. и доп. - М.: Издательсто Юрайт, 2016. - С. 108-116; 117-136; 366-374.	5	22
Аналитическая работа	Кейсы; Подготовка и защита ВКР по специальностям "Связи с общественностью" и "Реклама": методические указания / Л.К. Лободенко, Л.В. Пелленен, А.А. Добрикова, Е.Н.	5	24

	Пескова, А.Г. Блудова. - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. - С. 19-28; 65-88.		

6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-мест р	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	5	Текущий контроль	Поисково-аналитическая работа с материалами учебного пособия	1	15	Работа выполняется на материалах учебного пособия по СМК. Проводится анализ ключевых категория социологии массовых коммуникаций, а затем определения дифференцируются по их ключевой содержательной направленности. Максимальный балл 15. 15 баллов – задание выполнено полностью, из учебного пособия выделены ключевые характеристики каждого канала коммуникации, обозначены их содержательные особенности и принципиальные отличия в процессе воздействия на общественное мнение; 10 баллов – задание выполнено с достаточной степенью полноты, из учебного пособия выделены наиболее значимые характеристики каждого канала коммуникации, обозначены их очевидные отличия в процессе воздействия на общественное мнение; 5 баллов – задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов, из учебного пособия выделены отдельные не существенные характеристики каждого канала коммуникации, обозначены их некоторые несущественные отличия в процессе воздействия на общественное мнение; 3 баллов – задания не закончены, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала, выбранные критерии для сравнения представлены	зачет

						бездоказательно; 0 баллов –задания не выполнены.	
2	5	Текущий контроль	Поисково-аналитическая работа с материалами учебного пособия	1	15	Работа с материалами учебного пособия предусматривает самостоятельный поиск ответа на вопрос. Сопоставляются основные инструменты социальных коммуникаций в их социальной, функциональной и целевой направленности. Максимальный балл 15. 15 баллов – задание выполнено полностью, все инструменты социальных коммуникаций в их социальной, функциональной и целевой направленности выделены точно, с явными дифференцированными признаками, с точным обозначением целевой аудитории и решаемой задачи; 10 баллов – задание выполнены с достаточной степенью полноты, все инструменты социальных коммуникаций в их социальной, функциональной и целевой направленности выделены достаточно верно, с обозначением ряда дифференцирующих признаков, с верным обозначением целевой аудитории и некоторых решаемых задач; 5 баллов – задания выполнены удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов, допущены неточности в дифференцирующих признаках, содержательная неполнота в выборе целевой аудитории и решаемых задач; 3 баллов – задания не закончены, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала, нет единого подхода в представленных дифференцирующих признаках, неупорядоченно представлены отличительные параметры выбора целевой аудитории и решаемых задач; 0 баллов –задания не выполнены.	зачет
3	5	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	15	В работе необходимо провести анализ методов социологического исследования при изучении общественного мнения с критической точки зрения, обозначив сильные и слабые моменты каждого метода в ходе сбора и обработки общественного мнения. Максимальный бал 15. 15 баллов – задание выполнено полностью, обозначены ключевые признаки и характеристики каждого	зачет

						метода, раскрыты их содержательные особенности и выделены принципиальные достоинства и недостатки в процессе сбора и обработки общественного мнения. 10 баллов – задание выполнено с достаточной степенью полноты, обозначены наиболее важные признаки и характеристики каждого метода, в достаточной мере раскрыты их содержательные особенности и выделены значимые достоинства и недостатки в процессе сбора и обработки общественного мнения; 5 баллов – задание выполнено удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов, частично описаны характеристики каждого метода, условно раскрыты особенности, в том числе достоинства и недостатки методов в процессе сбора и обработки общественного мнения; 3 баллов – задание не закончено, раскрыто неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала, не выделены сущностные дефиниции методов, не раскрыты особенности их применения; 0 баллов –задания не выполнены.	
4	5	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	15	В работе необходимо провести сопоставительный в профессиональной деятельности специалистов, осуществляющих взаимодействие с массами и влияющими в ходе своей профессиональной деятельности на формирование общественного мнения. Максимальный бал 15. 15 баллов – задание выполнено полностью, обозначены ключевые признаки и характеристики каждой профессии, раскрыты их содержательные особенности и выделены принципиальные инструменты воздействия на массы при формировании общественного мнения. 10 баллов – задание выполнено с достаточной степенью полноты, обозначены обозначены наиболее сущностные признаки и характеристики каждой профессии, частично указаны их содержательные особенности и выделены некоторые инструменты воздействия на массы при формировании общественного мнения; 5 баллов – задание выполнено	зачет

						удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов, обозначены не самые важные характеристики каждой профессии, условно раскрыты их содержательные особенности и неточно выделены инструменты воздействия на массы при формировании общественного мнения; 3 баллов – задание не закончено, раскрыто неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала, представлены поверхностные критерии профессионального взаимодействия с массовыми аудиториями, условно выделены особенности влияния на общественное мнение; 0 баллов –задания не выполнены.	
5	5	Проме-жуточная аттестация	Подготовка вопросов к зачету	1	40	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) . Аттестационное мероприятие (зачет) выставляется по накоплению результатов работы в семестре (если студент набрал 60 и более процентов за все виды работ) или проводится в виде устного ответа на вопросы (если студент набрал менее 60 процентов за все виды работ). 40 баллов - все вопросы раскрыты полно, с примерами, с использованием научной терминологии. 30 баллов - вопросы раскрыты достаточно полно, с примерами, с частичным использованием научной терминологии. 20 баллов - вопросы раскрыты неполно, с неточными примерами, без использования научной терминологии. 10 баллов- вопросы раскрыты крайне поверхностно, без примеров, без использования научной терминологии. 0 баллов - вопросы нераскрыты, примеры отсутствуют, непонимание научной терминологии.	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	При оценивании результатов мероприятия используется	В соответствии с

	балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) . Аттестационное мероприятие (зачет) выставляется по накоплению результатов работы в семестре (если студент набрал 60 и более процентов за все виды работ) или проводится в виде устного ответа на вопросы (если студент набрал менее 60 процентов за все виды работ). Критерии оценивания: 40 баллов - все вопросы раскрыты полно, с примерами, с использованием научной терминологии. 30 баллов - вопросы раскрыты достаточно полно, с примерами, с частичным использованием научной терминологии. 20 баллов - вопросы раскрыты неполно, с неточными примерами, без использования научной терминологии. 10 баллов- вопросы раскрыты крайне поверхностно, без примеров, без использования научной терминологии. 0 баллов - вопросы нераскрыты, примеры отсутствуют, непонимание научной терминологии.	пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Оценочные материалы

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ				
		1	2	3	4	5
УК-3	Знает: "Основы социологии массовых коммуникаций	+		+		+
УК-3	Умеет: Применять социологические знания в сфере командной работы	+		+		+
УК-3	Имеет практический опыт: Социального взаимодействия	+		+		+
ОПК-7	Знает: Запросы и ожидания аудитории средств массовой информации.		+		+	+
ОПК-7	Умеет: Разрабатывать методологию социологического исследования		+		+	+
ОПК-7	Имеет практический опыт: Проведения социологического исследования		+		+	+

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Блудова, А. Г. Социология массовой коммуникации [Текст] учеб.-метод. комплекс А. Г. Блудова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Массовая коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 42, [1] с. электрон. версия

б) дополнительная литература:

1. Интегрированные коммуникации в новых медиа [Текст] монография Л. П. Шестеркина и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Фак. журналистики, Каф. Массовая коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2016. - 210, [1] с.
2. Психология массовой коммуникации [Текст] учеб. для вузов и курсов системы доп. образования Н. Н. Алалыкина, Г. П. Бакулев, Л. А. Бычкова и др. ; под ред. А. А. Бодалева и др. - М.: Гардарики, 2008. - 251 с. 22 см.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Журналист ежемес. журн.: 12+ Издат. дом "Журналист" журнал. - М., 1914-

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Социология массовых коммуникаций

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Социология массовых коммуникаций

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Василенко О.В., Сиволапова В.А. Социология и психология массовой коммуникации. Учебное пособие. Воронеж. 2014. 240с. https://e.lanbook.com/

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	446 (1)	Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт. Имущество: Доска информационная эмалевая Жалюзи вертикальные тканевые Шкаф для метод. литературы Стол преподавательский Стол ученический на 2 места Стол ученический на 3 места Стул Изо черный Трибуна для докладов
Практические занятия и семинары	446 (1)	Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт. Имущество: Доска информационная эмалевая Жалюзи вертикальные тканевые Шкаф для метод. литературы Стол преподавательский Стол ученический на 2 места Стол ученический на 3 места Стул Изо черный Трибуна для докладов