

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Дзержинский филиал ННГУ

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ННГУ
протокол № 10 от 02.12.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Социология массовых коммуникаций

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Направление подготовки / специальность
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы
Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией

Форма обучения
заочная

г. Дзержинск

2025 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.10 Социология массовых коммуникаций относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-16: Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>ПК-16.1: Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-16.2: Готовит в рамках исполнения должностных обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ПК-16.3: Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-16.1:</p> <p>Знать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации;</p> <p>Владеть практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;</p> <p>ПК-16.2:</p> <p>Знать коммуникационные аспекты деятельности организации;</p> <p>Уметь готовить в рамках исполнения должностных обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью;</p> <p>Владеть практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;</p> <p>ПК-16.3:</p> <p>Знать коммуникационные аспекты деятельности организации;</p> <p>Уметь использовать</p>	Тест	Экзамен: Контрольные вопросы

		результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании; Владеть практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;		
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	4
Часов по учебному плану	144
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	6
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	6
- КСР	2
самостоятельная работа	121
Промежуточная аттестация	9 Экзамен

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	з ф о	з ф о	з ф о	з ф о	з ф о
Тема 1. Введение в дисциплину. Объект и предмет социологии массовых коммуникаций.	24	1	1	2	22
Тема 2. Этапы появления и развития массовых коммуникаций.	26	1	1	2	24
Тема 3. Свойства и функции массовых коммуникаций.	26	1	1	2	24
Тема 4. Эффекты массовых коммуникаций.	27	1	1	2	25
Тема 5. Социологические исследования массовых коммуникаций.	30	2	2	4	26
Аттестация	9				

КСР	2			2	
Итого	144	6	6	14	121

Содержание разделов и тем дисциплины

- Тема N 1. Введение в социологию массовых коммуникаций.
Тема N 2. Социальные функции СМИ.
Тема N 3. Социология массы.
Тема N 4. Культурная политика.
Тема N 5. Эффективность массовой коммуникации.
Тема N 6. Механизмы социального контроля. Общественные связи.
Тема N 7. Управление общественными связями.
Тема N 8. «Паблик рилейшнз», реклама и социальный контроль.
Тема N 9. Демократия и социальный контроль масс.
Тема N 10. СМИ в процессе обмена капиталами.
Тема N 11. Место PR-воздействия в эффективных политических имиджевых коммуникация
Тема N 12. Влияние рекламы на формирование политического имиджа.
Тема N 13. Негативные PR-технологии.
Тема N 14. Процедура эмпирического исследования СМИ.
Тема N 15. Методы проведения эмпирического исследования СМИ.

Практические занятия /лабораторные работы организуются, в том числе, в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

На проведение практических занятий / лабораторных работ в форме практической подготовки отводится: заочная форма обучения - 2 ч.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индик)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				

атор достиж ения							
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»

	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-16

1. Массовая коммуникация как социальный институт
2. Основные этапы становления и развития западной социологии массовых коммуникаций.
3. Отечественный опыт исследования массовых коммуникаций.
4. Объект и предмет социологии массовых коммуникаций.
5. Структура и проблематика социологии СМИ.
6. Подходы к моделированию функций СМИ.
7. Содержание коммуникативной функции: проблема доступа к коммуникациям.
8. СМИ в системе социальных связей.
9. Коммуникация и трансмиссия.
10. Информационная функция: социально необходимые качества информации.
11. Дисфункции информационной деятельности СМИ.
12. Функция формирования повестки дня.
13. Ценностно-регулирующая функция и процесс социализации.
14. СМИ и общенациональная идентичность.
15. СМИ как фактор формирования общественного мнения.
16. СМИ и новые социальные общности.
17. Функция форума, или канала социального участия.
18. Информационный вид социального участия
19. Факторы социального участия: институциональные, гражданские и индивидуальные права.
20. Функция психического регулирования: факторы эмоционального влияния СМИ.
21. Понятие «масса» и «массовое общество»
22. Базовые ценности как основа борьбы за массу.
23. Интеллигенция и массы.
24. Конфликт имиджей интеллигенции.
25. Разность культур и социальный прогресс.
26. Конструирование социальной реальности.
27. Тезаурусы для познания социальной реальности.
28. Культура народа и культурная среда.
29. Управление культурой. Феномен культурной политики
30. Проблема отчуждения культуры.
31. Механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМИ.

32. Эффекты массовой коммуникации.
33. Факторы эффективного восприятия информации.
34. Манипулятивный потенциал СМИ.
35. Социальные и общественные связи: сущность, подходы к пониманию, функции.
36. Формирование общественных связей через системы пропаганды, рекламы, образования.
37. Общественные связи и коммуникационные системы.
38. PR как управляющая система.
39. PR и СМИ: специфика взаимодействия.
40. Методы и приёмы социального контроля: исследование общественного мнения и стандартизация поведения.
41. PR в политической и экономической конкурентной борьбе: управление новостями.
42. PR в политической и экономической конкурентной борьбе: процесс создания ситуаций и управления ими
43. Коммуникативные закономерности формирования политического имиджа.
44. Распространение политических имиджей через PR как компонента социально-коммуникативной реальности.
45. Эмпирические исследования: критерии выделения и социальные показатели.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

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

Основная литература:

1. Гостенина Валентина Ивановна. Социология массовой коммуникации : Учебник / Брянский государственный университет им. академика И.Г. Петровского; Брянский государственный университет им. академика И.Г. Петровского. - 2-е изд. - Москва : Издательский дом "Альфа-М", 2013. - 336 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-98281-338-1. - ISBN 978-5-16-006569-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=612384&idb=0>.
2. Шарков Феликс Изосимович. Коммуникология : энцикл. слов.-справ. : учеб. пособие для подготовки бакалавров и магистров рекламы и связей с общественностью / Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - М. : Изд.-торговая корпорация "Дашков и К" : Альтехсофт "Изд-во Шаркова", 2009. - 768 с. - ISBN 978-5-394-00101-7 : 316.80., 2 экз.
3. Шарков Феликс Изосимович. Коммуникология: социология массовой коммуникации: Учебное пособие : Учебное пособие / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012. - 320 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-01463-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=610358&idb=0>.
4. Руденко Андрей Михайлович. Психология массовых коммуникаций : Учебник / Донской государственный технический университет, ф-л Институт сферы обслуживания и предпринимательства; Донской государственный технический университет. - Москва : Издательский Центр РИОР, 2017. - 303 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-369-01663-3. - ISBN 978-5-16-102644-1. - ISBN 978-5-16-012673-9., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=605796&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Федотова Лариса Николаевна. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. - 5-е изд. - Москва : Юрайт, 2024. - 611 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/555600> (дата обращения: 15.08.2024). - ISBN 978-5-534-18980-3 : 1749.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=908348&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

-

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Рыжакова Елена Владимировна, кандидат культурологии.

Заведующий кафедрой: Дюдяков Алексей Александрович, кандидат медицинских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 28.12.2024, протокол № 21.