

**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 от «31» мая 2023 г. № 6

Рабочая программа дисциплины

СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль) образовательной программы
**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ
УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ**

Квалификация

БАКАЛАВР

Форма обучения

ОЧНАЯ, ЗАОЧНАЯ

Год набора: 2023

Дзержинск
2023

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

Цель освоения дисциплины: - подготовка специалистов, владеющих знаниями в области психологии массовых коммуникационных процессов, психологии воздействия СМИ на массовое сознание и умеющих их использовать в практической деятельности.

Задачи дисциплины:

- дать системное представление о психологии массовых коммуникационных процессов;
- обучить психологическим особенностям осуществления рекламных кампаний и мероприятий.

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 (дескрипторы компетенции)	
ПК-16. Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;	ПК-16.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;	Знать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации; Владеть практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;	Тест, практическое задание, доклад, контрольная работа
	ПК-16.2. Готовит в рамках исполнения должностных обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Знать коммуникационные аспекты деятельности организации; Уметь готовить в рамках исполнения должностных обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью; Владеть практическими навыками формирования	Тест, практическое задание, доклад, контрольная работа

		внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;	
	ПК-16.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Знать коммуникационные аспекты деятельности организации; Уметь использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании; Владеть практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;	Тест, практическое задание, доклад, контрольная работа

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ		4 ЗЕТ
Часов по учебному плану	144		144
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):	56		14
- занятия лекционного типа	18		6
- занятия семинарского типа	36		6
- КСРИФ	2		2
самостоятельная работа	52		121
Промежуточная аттестация – экзамен	36		9

3.2. Содержание дисциплины

	Всего	в том числе	
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них	Самостоятельная работа обучающегося

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	(часы)			Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Всего					
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная
Тема N 1. Введение в социологию массовых коммуникаций.	10		10	1		1	2						3	0	1	5	0	9
Тема N 2. Социальные функции СМИ.	10		10	1		1	2						3	0	1	5	0	9
Тема N 3. Социология массы.	10		10	2		1	4						6	0	1	5	0	9
Тема N 4. Культурная политика.	10		10	2		1	4						6	0	1	5	0	9
Тема N 5. Эффективность массовой коммуникации.	10		9	2		1	4						6	0	1	5	0	8
Тема N 6. Механизмы социального контроля. Общественные связи.	10		9	1		1	2						3	0	1	5	0	8
Тема N 7. Управление общественными связями.	10		9	1		1	2						3	0	1	5	0	8
Тема N 8. «Паблик рилейшнз», реклама и социальный контроль.	10		9	1		1	2		1				3	0	2	5	0	7
Тема N 9. Демократия и социальный контроль масс.	9		9	1			2		1				3	0	1	5	0	8
Тема N 10. СМИ в процессе обмена капиталами.	9		9	1			2		1				3	0	1	5	0	8
Тема N 11. Место PR-воздействия в эффективных политических имиджевых коммуникация	9		9	1			2		1				3	0	1	2	0	8
Тема N 12. Влияние рекламы на формирование политического	9		9	1			2		1				3	0	1		0	8

имиджа.																	
Тема N 13. Негативные PR- технологии.	9		9	1		2		1				3	0	1		0	8
Тема N 14. Процедура эмпирического исследования СМИ.	9		9	1		2		1				3	0	1		0	8
Тема N 15. Методы проведения эмпирического исследования СМИ.	9		7	1		2		1				3	0	1		0	6
КСРИФ	2		2									2		2			
Промежуточная аттестация - экзамен	36		9														
Итого	144	0	144	18	0	8	36	0	8	0	0	0	55	0	17	52	121

Практические занятия (семинарские 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.

Практическая подготовка предусматривает решение прикладных задач-кейсов.

На проведение практических занятий (семинарских занятий /лабораторных работ) в форме практической подготовки отводится 8 часов.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП: Организация процесса создания коммуникационного продукта;
- компетенций – ПК-16.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа, групповых или индивидуальных консультаций.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа является важнейшим элементом в системе обучения студента, поскольку способствует самоорганизации, развитию навыка управления временем и самостоятельного решения задач. Основными формами самостоятельной работы студентов являются: подготовка к семинарским занятиям, составление конспекта, подготовка к выступлению на семинаре, подготовка доклада, написание контрольной работы (эссе), подготовка к тестированию, подготовка к ролевой игре.

Подготовка к семинарским занятиям. Данный тип самостоятельной работы предполагает освоение той литературы, которая указана в планах семинарских занятий. Освоение литературы происходит согласно сформулированным к семинарским занятиям вопросам, которые являются своего рода ориентирами при отборе из прочитанного главного.

Составление конспекта. Конспект представляет собой сжатое изложение основных идей, изложенных в учебной литературе. Задачей, стоящей перед студентом при написании конспекта, является формулирование собственных идей на основе прочитанного. Цитирование уместно лишь тогда, когда нужно привести слова автора, например, когда дается определение, приводятся цифры или факты, предлагается аргументация положений.

Объем конспекта – 6-7 страниц. Обязательны поля. Ключевые слова желательно подчеркивать маркером. Таким образом должен быть подготовлен каждый вопрос семинарского занятия.

Подготовка к выступлению на семинаре. Выступление должно быть по существу затронутых вопросов. При этом важно ссылаться на источники и литературу, из которых заимствовался материал. Желательно прокомментировать заимствованное из прочитанной литературы, раскрыть его сильные стороны. Ответ должен быть емким и не превышать пяти минут. В заключении важно обобщить сказанное, используя речевые клише.

Подготовка доклада. Выступление с докладом на семинаре – одна из форм, давно и успешно апробированных преподавательской практикой. Она позволяет одновременно решить целый комплекс задач: прежде всего она позволяет студенту основательно изучить интересующий его вопрос; затем предоставляет возможность изложить материал в компактном и доступном виде; далее – привести в текст полемическую заостренность; наконец, приобрести начальные навыки презентации.

Доклад должен быть рассчитан на 10 минут выступления. Он должен содержать в себе три основные части: *вступление, основная часть, заключение*. Во вступлении необходимо обосновать важность и актуальность рассматриваемого вопроса. При этом нужно не забыть об ярких, запоминающихся примерах, фактах, цифрах, которые помогут заинтересовать публику, привлечь внимание слушателей. В основной части следует раскрыть тему доклада. Важным является сопровождение рассматриваемых положений своими комментариями. В заключении следует сделать краткие выводы.

Подготовка презентации. Доклад обучающегося может сопровождаться презентацией. Для подготовки презентации студенту необходимо выделить наиболее важные моменты сообщения и выстроить их в логической последовательности. Технически для подготовки презентации рекомендуется использовать программу Power Point. Особое внимание следует уделить принципам подготовки презентации: информационной наполненности слайдов, цветовому сопровождению материала и т.д. не стоит забывать о принципах публичного выступления и коммуникативных приемах.

Написание контрольной работы (эссе). ЭССЕ – прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Требования к оформлению работы. Общий объем самостоятельной работы – до 6 страниц рукописного текста. В правом верхнем углу листа следует указать свою фамилию, номер группы, дату написания работы. Далее в центре листа написать тему эссе.

Подготовка к тестированию. При подготовке к тестированию необходимо обратить внимание на термины, понятия, имена выдающихся мыслителей.

Тест предполагает проверку знаний, полученных в ходе изучения конкретной темы. Для подготовки к нему целесообразно перечитать конспекты лекций и семинарских занятий, освоить всю информацию, включенную в учебно-методические пособия и учебники по конкретной теме. Время на подготовку к тесту – 2-4 часа.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в 5.2.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю),

включающий:

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<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 незначительных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	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 незначительными 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 владения материалом. 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 оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	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»
не зачтено	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»

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

5.2.1 Контрольные вопросы

Вопросы к зачету

Вопросы	Код формируемой компетенции
1. Массовая коммуникация как социальный институт	ПК-16
2. Основные этапы становления и развития западной социологии массовых коммуникаций.	ПК-16
3. Отечественный опыт исследования массовых коммуникаций.	ПК-16
4. Объект и предмет социологии массовых коммуникаций.	ПК-16
5. Структура и проблематика социологии СМИ.	ПК-16
6. Подходы к моделированию функций СМИ.	ПК-16

7. Содержание коммуникативной функции: проблема доступа к коммуникациям.	ПК-16
8. <i>СМИ в системе социальных связей.</i>	ПК-16
9. Коммуникация и трансмиссия.	ПК-16
10. Информационная функция: социально необходимые качества информации.	ПК-16
11. Дисфункции информационной деятельности СМИ.	ПК-16
12. Функция формирования повестки дня.	ПК-16
13. Ценностно-регулирующая функция и процесс социализации.	ПК-16
14. СМИ и общенациональная идентичность.	ПК-16
15. СМИ как фактор формирования общественного мнения.	ПК-16
16. СМИ и новые социальные общности.	ПК-16
17. Функция форума, или канала социального участия.	ПК-16
18. Информационный вид социального участия	ПК-16
19. Факторы социального участия: институциональные, гражданские и индивидуальные права.	ПК-16
20. Функция психического регулирования: факторы эмоционального влияния СМИ.	ПК-16
21. Понятие «масса» и «массовое общество»	ПК-16
22. Базовые ценности как основа борьбы за массу.	ПК-16
23. Интеллигенция и массы.	ПК-16
24. Конфликт имиджей интеллигенции.	ПК-16
25. Разность культур и социальный прогресс.	ПК-16
26. Конструирование социальной реальности.	ПК-16
27. Тезаурусы для познания социальной реальности.	ПК-16
28. Культура народа и культурная среда.	ПК-16
29. Управление культурой. Феномен культурной политики	ПК-16
30. Проблема отчуждения культуры.	ПК-16
31. Механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМИ.	ПК-16
32. Эффекты массовой коммуникации.	ПК-16
33. Факторы эффективного восприятия информации.	ПК-16
34. Манипулятивный потенциал СМИ.	ПК-16
35. Социальные и общественные связи: сущность, подходы к пониманию, функции.	ПК-16
36. Формирование общественных связей через системы пропаганды, рекламы, образования.	ПК-16
37. Общественные связи и коммуникационные системы.	ПК-16
38. PR как управляющая система.	ПК-16
39. PR и СМИ: специфика взаимодействия.	ПК-16
40. Методы и приёмы социального контроля: исследование общественного мнения и стандартизация поведения.	ПК-16
41. PR в политической и экономической конкурентной борьбе: управление новостями.	ПК-16

42. PR в политической и экономической конкурентной борьбе: процесс создания ситуаций и управления ими	ПК-16
43. Коммуникативные закономерности формирования политического имиджа.	ПК-16
44. Распространение политических имиджей через PR как компонента социально-коммуникативной реальности.	ПК-16
45. Эмпирические исследования: критерии выделения и социальные показатели.	ПК-16

5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПК-16

1. Под коммуникацией в широком смысле понимается:

- А. Система, в которой осуществляется взаимодействие.
- Б. Процесс взаимодействия.
- В. Способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию.
- Г. Система, процесс взаимодействия, способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию.

2. Под коммуникацией в узком смысле понимается:

- А. Общение, передача информации от человека (группы) к человеку (группе); специфическая форма их взаимодействия в процессе жизнедеятельности с помощью языка и других сигнальных форм связи.
- Б. Передача информации от человека (группы) к кибернетической системе.
- В. Специфическая форма их взаимодействия в профессиональной деятельности.
- Г. Взаимодействие с помощью невербальных форм связи.

3. По Ж. Д'Арси права человека на коммуникацию, включают:

- А. Возможность обеспечения материальных условий коммуникации.
- Б. Возможность обеспечения и материальных и духовных условий коммуникации.
- В. Возможность обеспечения материальных условий коммуникации и условия для развития рыночных отношений.
- Г. Возможность обеспечения исключительно духовных условий коммуникации.

4. Социология изучает:

- А. Функциональные особенности общения различных социальных групп, представляющего их взаимодействие.
- Б. Передачу и получение смысловой и оценочной информации с целью повышения эффективности жизнедеятельности.
- В. Механизм оказания воздействия на определенные сообщества.
- Г. Исключительно общение профессиональных групп.

5. Для социолога важно исследование коммуникации как:

- А. Познания психологических особенностей взаимодействия субъектов.
- Б. Социально обусловленного процесса, в рамках которого формируются индивидуальные и групповые установки коммуникативного поведения.

В. Взаимодействие коммуникативных факторов преимущественно в экономической системе общества.

Г. Определение единиц, категорий и частных функций маркетинговых коммуникаций.

6. Коммуникативные цели это:

А. Выделение видов коммуникативных систем.

Б. Определение уровней массовой коммуникации.

В. Установление, поддержание взаимосвязей между заинтересованными субъектами.

Г. Формирование совокупности поступков, мероприятий, обеспечивающих достижение превосходства одной группы над другой.

7. В социологии коммуникации:

А. Изучаются только межличностные коммуникации.

Б. Исследуется психологический процесс достижения взаимопонимания между людьми.

В. Всесторонне изучается только массовая коммуникация.

Г. Изучаются все виды социальных коммуникаций с социологической точки зрения.

8. Историю развития коммуникаций хронологически можно рассматривать как:

А. Как стадии коммуникационных революций: 1) изобретение письменности; 2) изготовление печатного станка (эра Гутенберга); 3) внедрение электронных масс-медиа ("Третья волна" Э.Тоффлера); 4) развитие интерактивной электронной коммуникации и виртуализация коммуникаций ("Четвертая волна" Ф.Шаркова).

Б. Преодоление физических, географических, административно-государственных, цензурных границ.

В. Историческое изучение социальных факторов, обуславливающие влияние массовой коммуникации на формирование общественного мнения.

Г. Переход от межличностных к межгрупповым и массовым формам коммуникации.

9. Социальная коммуникация это:

А. Взаимодействие в информационном обществе человека с киберсистемами.

Б. Формирование социального знания и оценочных категорий коммуникации.

В. Коммуникации, обусловленные социальными факторами.

Г. Взаимодействие людей, обусловленная целым рядом социально значимых оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных сфер и норм общения, принятых в обществе, в данном социуме.

10. Общими условиями функционирования массовой коммуникации являются:

А. Социальная значимость информации, способствующая возникновению, распространению и поддержанию функционирования массовой коммуникации;

Б. Наличие массовой аудитории, социальная значимость информации, наличие соответствующих средств, многоканальность коммуникаций.

В. Наличие соответствующих средств, поддерживающих процесс функционирования массовых коммуникаций.

Г. Многоканальность осуществляемых коммуникаций и вариативность коммуникативных средств.

11. Коммуникативный процесс это:

- А. Процесс получения информации людьми о состоянии природной среды.
- Б. Динамическая смена коммуникантов на различных этапах коммуникативного процесса.
- В. Процесс взаимодействия между различными субъектами коммуникации при котором осуществляется обмен информацией, включающий в себя динамическую смену этапов формирования, передачи, приема, расшифровки и использования информации в обоих направлениях при взаимодействии коммуникантов.
- Г. Прием и расшифровка информации о состоянии атмосферы.

12. Коммуникативная личность представляет собой:

- А. Специфический социальный феномен, исключительно одаренный человек.
- Б. Личность, обладающая целым рядом индивидуальных характеристик (коммуникабельность, харизма и др.), способствующих выполнению таких социально значимых функций как взаимодействие и воздействие.
- В. «Коммуникабельный» человек, который резко ограничивает свои действия ради сохранения своих личных секретов.
- Г. Личность, имеющая способность быстро устанавливать контакты с нужными людьми.

13. Элементами линейной цепи коммуникации являются:

- А. Кодирование, передача сигнала, канал (передаточный механизм), прием и декодирование, обратная связь, помехи и барьеры.
- Б. Преобразование сигнала в форму, обеспечивающую оптимальную передачу сигнала по определенному каналу коммуникации.
- В. Устное обращение, телефонная и интерактивная (двухсторонняя телесвязь), собрания, митинги, шествия и др.
- Г. Передача прием и декодирование сигнала.

14. Аргументация это:

- А. Попытка выяснить причины собственного непонимания или непринятия установок другой стороной.
- Б. Приведение примеров из личной жизни для собственного понимания и для убеждения реципиента (стороне, которая принимает информацию).
- В. Процесс суждений, приводимых в подтверждение истинности другого суждения (концепции, теории), процедура, служащая обоснованию точки зрения аргументатора.
- Г. Перечисление аргументов и фактов, которые в науке выступают как основные факторы разработки научных положений.

15. Под речевой коммуникацией социологами понимается:

- А. Речь публичного политика.
- Б. Социально обусловленный вид деятельности людей, разговорное общение, в процессе которого происходит обмен мыслями, информацией, эмоциональным переживанием собеседников.
- В. Процесс установления и развития контактов между людьми с целью обмена информацией.
- Г. Актуализация коммуникативной функции языка в тех или иных речевых ситуациях.

16. Барьеры коммуникации это:

- А. Помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между коммуникатором и реципиентом, препятствующие адекватному приему, пониманию и усвоению сообщений в процессе осуществления коммуникативных связей.
- Б. Препятствия, возникающие при применении системного подхода к формированию и изучению моделей коммуникации.
- В. Это помехи, мешающие осуществлению информационного процесса в социокультурном контексте.
- Г. Это помехи, препятствующие нарушению социальных закономерностей во взаимодействии между коммуникатором и реципиентом.

17. Барьеры коммуникации по характеру действующих помех подразделяются на:

- А. Опасные и неопасные.
- Б. Желательные и нежелательные.
- В. Простые и сложные
- Г. Технические, психологические, психофизиологические, социальные, культурно-национальные.

18. В межличностных коммуникациях:

- А. Как отправителем, так и получателем выступают отдельные индивиды; осуществляются непосредственные контакты между субъектами общения.
- Б. Отсутствует обратная связь, которая не нужна, так как нет необходимости оказывать регулирующее воздействие на ход общения.
- В. Осуществляется одновременное двухстороннее сообщение, что обязательно обогащает мировоззрение участников коммуникации.
- Г. Сам процесс коммуникации имеет доминирующую ценность, что позволяет из содержания коммуникации полностью исключить негативные моменты.

19. Межличностная форма коммуникации:

- А. Менее формализована, чем массовые коммуникации, содержание и форма определяется исходя из функций массовой коммуникации.
- Б. В некоторых случаях формализована в своих проявлениях.
- В. Исключает ролевые функции сторон в общении.
- Г. Играет главную роль в формировании и социализации личности. в противовес массовым формам носит более стандартный, рациональный и инструментальный характер.

5.2.3. Типовые практические задания для оценки сформированности компетенции ПК-16

1. Убеждающая сила рекламы и ценности общества
Выполняя это задание, вы будете собирать данные об обращениях к людям с целью их убеждения, — особенно о телевизионных рекламных роликах. Посмотрите телевизионные передачи в течение нескольких часов и запишите содержание рекламы.

Во-первых, укажите, какой продукт рекламируется.
Во-вторых, опишите основные персонажи, которые рекламируют товар (пол, возраст, социальный статус и т. д.).

В-третьих, проанализируйте, черты какого типа общества (традиционного, модернистского или постмодернистского) в большей мере отражает данная реклама.

В-четвертых, укажите, на каких ценностных ориентациях строится (безопасности, здорового образа жизни, красоты, успеха, лукавства и т.д.).

В-пятых, к какому типу относится убеждающее обращение, используемое в рекламном ролике. Например, некоторые рекламные ролики эксплуатируют желание человека быть популярным и нравиться окружающим, другие пытаются использовать в своих целях чувство вины и так далее.

Проанализировав собранный Вами материал, ответьте на следующие вопросы.

1. Преобладал ли какой-нибудь тип убеждающих обращений, и если да, то какой?

2. Соответствуют ли ценности, лежащие в основе данного рекламного обращения общероссийским ценностным представлениям, ценностям какой-либо социальной группы?

3. Заметили ли вы какие-либо закономерности в структуре этих обращений?

Например, изменялось ли содержание обращений в зависимости от того, кто занимался убеждением зрителей — мужчина или женщина, кто был аудиторией-мишенью — дети или взрослые и т. п.?

4. Какие убеждающие обращения, на ваш взгляд, наиболее эффективны и почему?

5. Насколько эффективность, на Ваш взгляд, связана с внешними социокультурными факторами рекламы?

5.2.4. Темы докладов для оценки сформированности компетенции ПК-16

1. Механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМИ.
2. Эффекты массовой коммуникации.
3. Факторы эффективного восприятия информации.
4. Манипулятивный потенциал СМИ.
5. Социальные и общественные связи: сущность, подходы к пониманию, функции.
6. Формирование общественных связей через системы пропаганды, рекламы, образования.
7. Общественные связи и коммуникационные системы.
8. PR как управляющая система.
9. PR и процесс обработки и анализа информации.
10. PR и СМИ: специфика взаимодействия.
11. Методы и приёмы социального контроля: исследование общественного мнения и стандартизация поведения.
12. PR в политической и экономической конкурентной борьбе: управление новостями.
13. PR в политической и экономической конкурентной борьбе: процесс создания ситуаций и управления ими.
14. Коммуникативные закономерности формирования политического имиджа.
15. Основные факторы влияния на восприятие политического имиджа.
16. Феномен категоризации политических имиджей в массовом сознании.
17. Распространение политических имиджей через PR как компонента социально-коммуникативной реальности.
18. Имидж и бренд в политической рекламе: функциональная общность и социальное

различие.

19. Эмпирические исследования: критерии выделения и социальные показатели.

20. Процедура эмпирического исследования.

21. Выборка и проблема репрезентативности данных.

22. Методы сбора данных: опрос и его разновидности.

23. Методы сбора данных: изучение документов.

24. Статистическая обработка и интерпретация данных.

5.2.5 Контрольные работы для оценки сформированности компетенции ПК-16

Пример задания

1. создать информационный портрет среды своего обитания: город (район в городе), поселок, село, предприятие, вуз. Описание включает все источники информации, которыми могут воспользоваться потребители информации

– средства массовой информации (особое внимание – местным);

– интернет-ресурсы (особое внимание – местным);

– информационные потоки длительного хранения (архивы, библиотеки и т.д.).

– информация в местах общественного пользования (учреждения, улицы, магазины и т.д.), в том числе рекламная.

Сведения должны быть краткими, но исчерпывающими. Предполагается, что студент не просто систематизирует результаты своего наблюдения, но и проанализирует доступность информации, степень информированности потребителей информации и ее качество.

Работа должна содержать статистический материал и конкретные примеры.

2. Второй составной частью контрольной работы является анализ информационных потребностей самого студента в разных социальных ролях: работа, учеба, занятия в свободное время и пр. Речь идет не только о том, что конкретно его интересует, но и о том, где он находит нужную информацию, кто помогает ему ориентироваться в мире информации. Должны быть названы конкретные источники: СМИ, Интернет, архивы, библиотеки и пр.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература

1. Евдокимов, В. А. Массмедиа в социокультурном пространстве : учебное пособие / В.А. Евдокимов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-006932-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1069342> (дата обращения: 26.05.2021). – Режим доступа: по подписке.
2. Стоянов, А. С. Общество ожиданий: введение в концептуальные основы теории. Элективный спецкурс : учебное пособие / А. С. Стоянов. - 3-е изд., стер. - Москва : Флинта, 2021. - 336 с. - ISBN 978-5-9765-2533-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1816343> (дата обращения: 26.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

б) Дополнительная литература:

1. Ефанов, А. А. Общество во власти медиапроцессов : монография / А.А. Ефанов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1140665. - ISBN 978-5-16-016414-4. - Текст : электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1140665> (дата обращения: 26.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Молчанова, О. И. Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере : монография / О. И. Молчанова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 241 с. — (Научная мысль). — ISBN 978-5-16-015086. - www.dx.doi.org/10.12737/monography_5cc060198a5712.81801460. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1016659> (дата обращения: 26.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

в) Программное обеспечение и ресурсы Интернет

Лицензионное программное обеспечение: Операционная система Windows.

Лицензионное программное обеспечение: Microsoft Office.

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), платформа Elibrary: национальная информационно-аналитическая система. Адрес доступа: http://elibrary.ru/project_risc.asp

Свободно распространяемое программное обеспечение:

программное обеспечение LibreOffice;

программное обеспечение Rinel Lingo (лингфонный кабинет) Rinel-Lingo v7.0.

Электронные библиотечные системы и библиотеки:

Электронная библиотечная система "Консультант студента"

<http://www.studentlibrary.ru/>

Электронная библиотечная система "Юрайт" <http://www.urait.ru/ebs>

Электронная библиотечная система "Znanium" <http://znanium.com/>

Ресурсы Интернет

АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] Режим доступа <http://www.akarussia.ru/> — Загл. с экрана.

Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // Режим доступа www.sostav.ru, . — Загл. с экрана. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] Режим доступа // www.advertology.ru. — Загл. с экрана.

Фонд образовательных электронных ресурсов ННГУ Электронный ресурс [Электронный ресурс]. <http://www.unn.ru/books/resources.html> - Загл. с экрана.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Реализация программы предполагает наличие:

- учебных аудиторий для проведения занятий лекционных типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.
- компьютерного класса, имеющего компьютеры, объединенные сетью с выходом в Интернет;
- лицензионного (операционная система Microsoft Windows, пакет прикладных программ Microsoft Office) и свободно распространяемого программного обеспечения.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): к.с.н., доцент Серафимов М.М.

Программа одобрена Методической комиссией Дзержинского филиала ННГУ от 31.05.2023 года, протокол № 13..