

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 18.06.2025 15:37:05
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ee9ab62475

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт Социальной инженерии
Кафедра социологии и рекламных коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Социология СМИ и связей с общественностью

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки/Специальность	39.03.01 Социология
Направленность (профиль)/Специализация	Социология и маркетинговые исследования
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Социология СМИ и связей с общественностью» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 7 от 27.03.25.

Разработчик(и) рабочей программы дисциплины (модуля):

Доцент

О.В. Кащеев

Заведующий кафедрой:

А.А. Комарова

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Социология СМИ и связей с общественностью» изучается в седьмом семестре.

Курсовая(ой) работа/проект – не предусмотрен(а)

1.1. Форма промежуточной аттестации: Зачет

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Социология СМИ и анализ медиа» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины 6).

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Основы социологии
- Социальные коммуникации и социальная сплоченность в современном обществе
- Социология социальных институтов и общностей
- Социология и семиология
- Организация PR акций и рекламных кампаний
- Социологический практикум по связям с общественностью

Результаты обучения по учебной дисциплине используются при освоении следующих дисциплин:

- Современные социологические теории
- Социология коммуникаций
- Социология имиджа
- Конструирование проектов в рекламной деятельности
- Антикризисный PR и консалтинг

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики, преддипломной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целью освоения дисциплины «Социология СМИ и анализ медиа» является:

- изучение взаимодействия социальных структур и информационной деятельности их представителей, закономерностей и эффективности деятельности СМИ;
- анализ и изучение функционирования СМИ, их содержания и структур, аудитории СМИ, каналов распространения информации, используемых для достижения определенных социальных целей через информационное, пропагандистское, просветительское или рекламное воздействие;
- анализ и изучение текстов СМИ при помощи различных социологических методов исследования с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- изучение манипулятивного потенциала СМИ в оффлайн и онлайн среде;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен планировать и проектировать проектные предложения по реализации фундаментальных и прикладных социологических исследований	ИД-ПК-1.1 Описание проблемной ситуации и разработка программы для проведения фундаментального или прикладного социологического исследования в различных сферах общественной жизни	Планирует и проектирует проектные предложения по реализации фундаментальных и прикладных социологических исследований. Описывает проблемные ситуации и разрабатывает программы для проведения фундаментального или прикладного социологического исследования в различных сферах общественной жизни.
ПК-4 Способен обосновывать и разрабатывать процедуру исследования рынка и алгоритмов анализа информации в рамках прикладного социологического исследования	ИД-ПК-4.1 Определение целевой аудитории исследования рынка в рамках прикладного социологического исследования	Обосновывает и разрабатывает процедуру исследования рынка и алгоритмов анализа информации в рамках прикладного социологического исследования. Определяет целевую аудиторию исследования рынка в рамках прикладного социологического исследования. Составляет и оформляет методическую и техническую документацию по реализации прикладного социологического исследования.
	ИД-ПК-4.2 Составление и оформление методической и технической документации по реализации прикладного социологического исследования	
ПК-6 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИД-ПК-6.1 Использование знаний об основных методах сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации	Планирует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга. Использует знания об основных методах сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации. Применяет маркетинговые инструменты и готовит комплексный план проведения маркетингового исследования.
	ИД-ПК-6.1 Применение маркетинговых инструментов и подготовка комплексного плана проведения маркетингового исследования	

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
---------------------------	---	------	----	------

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий:
(очная форма обучения)

Структура и объем дисциплины										
Объем дисциплины по семестрам	Форма промежуточной аттестации	всего, час	Аудиторная, внеаудиторная и иная контактная работа с преподавателем, час						самостоятельная работа обучающегося	контроль, час
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа/курсовой проект	консультации, час		
7 семестр	зачет	96	30	30	-		-		36	
Всего:	зачет	96	30	30	-		-		36	

3.2. Структура учебной дисциплины (модуля) для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы					Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа						
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка	В том числе с применением ЭО и ДОТ		
	7 семестр							
ПК-1: ИД-ПК-1.1	Раздел I. Социология СМИ и связей с общественностью, как отрасль социологии.	10	10				16	Собеседование Тест
	Тема 1.1 Социология СМИ и связей с общественностью, как отрасль социологии. Предмет и метод дисциплины Социология СМИ и связей с общественностью. СМИ, как социальный институт.	2						
	Тема 1.2 Основные теории, определяющие деятельность СМИ.	2						
	Тема 1.3 СМИ и идеология. Концепция гегемонии медиа.	2						
	Тема 1.4 Семиологические подходы в исследовании деятельности СМИ.	2						
	Тема 1.5 Социологические методы исследования деятельности медиа. Методики изучения реального теле- и радио поведения.	2						
	Практическое занятие № 1 Социология СМИ и связей с общественностью, как отрасль социологии. Предмет и метод Социологии СМИ и связей с общественностью. СМИ, как социальный институт.		2				3	
	Практическое занятие № 2 Основные теории, определяющие деятельность СМИ.		2				3	
	Практическое занятие № 3		2				3	

	СМИ и идеология. Концепция гегемонии медиа.							
	Практическое занятие № 4 Семиологические подходы в исследовании деятельности СМИ.		2				4	
	Практическое занятие № 5 Социологические методы исследования деятельности медиа. Методики изучения реального теле- и радио поведения.		2				3	
ПК4: ИД-ПК-4.1; ИД-ПК-4.2. ПК-6: ИД-ПК-6.1; ИД-ПК-6.2.	Раздел II. Изучение функционирования и аудитории СМИ, методов и технологий, используемых для достижения определенных социальных целей через информационное, пропагандистское, просветительное или рекламное воздействие.	20	20				20	Собеседование Тест
	Тема 2.1 Свобода слова и печати. Идеино-теоретические концепции свободы печати.	2						
	Тема 2.2 Теории, отражающие деятельность СМИ. Типы СМИ (прессы).	2						
	Тема 2.3 Теории массового общества и пропаганды. Массовая культура и СМИ.	2						
	Тема 2.4 Способы воздействия на масс-медиа-аудиторию с помощью манипуляций. Симулякр и фазы его развития. Имплотия СМИ.	2						
	Тема 2.5 СМИ в постиндустриальном мире.	2						
	Тема 2.6 Сфера общественных связей и СМИ. СМИ и реклама. Семиотика рекламы.	4						
	Тема 2.7 Коммуникативная организация информационного пространства. Суггестия информационного пространства.	2						
	Тема 2.8 СМИ и гражданское общество. Гражданское общество и медиа в координатах пост современности.	2						
	Тема 2.9	2						

	Организация современного СМИ в рамках государственной информационной политики (ГИП). Законодательство в журналистике. Профессионально-этические правила и нормы деятельности СМИ.							
	Практическое занятие № 1 Свобода слова и печати. Идеино-теоретические концепции свободы печати.		2				3	
	Практическое занятие № 2 Теории, отражающие деятельность СМИ. Типы СМИ (прессы).		2				3	
	Практическое занятие № 3 Теории массового общества и пропаганды. Массовая культура и СМИ.		2				2	
	Практическое занятие № 4 Способы воздействия на масс-медиа-аудиторию с помощью манипуляций. Симулякр и фазы его развития. Имплотия СМИ.		2				2	
	Практическое занятие № 5 СМИ в постиндустриальном мире.		2				2	
	Практическое занятие № 6 Сфера общественных связей и СМИ. СМИ и реклама. Семиотика рекламы.		4				2	
	Практическое занятие № 7 Коммуникативная организация информационного пространства. Суггестия информационного пространства.		2				2	
	Практическое занятие № 8 СМИ и гражданское общество. Гражданское общество и медиа в координатах пост современности.		2				2	
	Практическое занятие № 9 Организация современного СМИ в рамках государственной информационной политики (ГИП). Законодательство в журналистике. Профессионально-этические правила и нормы деятельности СМИ.		2				2	

	Зачет							Зачет в устной форме
	Итого за семестр						36	
	Итого за весь период	30	30				36	

3.3. Содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание темы (раздела) (дидактические единицы)
Раздел I	Социология СМИ и связей с общественностью, как отрасль социологии.	
Тема 1.1	Социология СМИ и связей с общественностью, как отрасль социологии. Предмет и метод Социология СМИ и связей с общественностью, как социальный институт.	Социология СМИ и связей с общественностью, как отрасль социологии. Предмет и метод Социология СМИ и связей с общественностью. СМИ, как социальный институт.
Тема 1.2	Основные теории, определяющие деятельность СМИ.	Основные теории, определяющие деятельность СМИ. Системно-структурные представления о массовой коммуникации. Теории 1-й половины 20-го века, построенные на функциональном подходе. Социодинамическая теория. Медиа как средство поддержания системной стабильности. Массмедиа как средство конструирования реальности. СМИ в рамках критической теории. Франкфуртская школа.
Тема 1.3	СМИ и идеология. Концепция гегемонии медиа.	Марксистская традиция социально-философского анализа деятельности СМИ. Структуралистская интерпретация идеологии. СМИ - каналы материальной фиксации идеологии. Концепция гегемонии, увязывающая вопросы власти, культуры и идеологии. СМИ, как пространство борьбы за гегемонию.
Тема 1.4	Семиологические подходы в исследовании деятельности СМИ.	Семиологические подходы в исследовании деятельности СМИ. Коммутационный тест. Миф как вторичная семиологическая система, кодирование и декодирование. Тексты, как структуры повествования. Базовые (общие) структуры сюжетов или форм повествований.
Тема 1.5	Социологические методы исследования деятельности медиа. Методики изучения реального теле- и радио поведения.	Социологические методы исследования деятельности медиа. Программа и этапы исследования. Методики изучения реального теле- и радио поведения.
Раздел II	Изучение функционирования и аудитории СМИ, методов и технологий, используемых для достижения определенных социальных целей через информационное, пропагандистское, просветительное или рекламное воздействие.	
Тема 2.1	Свобода слова и печати. Идеино-теоретические концепции свободы печати.	Свобода слова и печати. Идеино-теоретические концепции свободы печати в историческом ракурсе от Платона до наших дней.
Тема 2.2	Теории, отражающие деятельность СМИ. Типы СМИ (прессы).	Теории, отражающие деятельность СМИ. Типы СМИ (прессы): авторитарная, либертарианская, советская (коммунистическая), социальной ответственности, периода развития, демократического участия.

Тема 2.3	Теории массового общества и пропаганды. Массовая культура и СМИ.	Теории массового общества и пропаганды. Общество массового потребления. Массовая культура. Цели устойчивого развития, ответственное производство и потребление, «медленная мода».
Тема 2.4	Способы воздействия на масс-медиа-аудиторию с помощью манипуляций. Симулякр и фазы его развития. Имплотия СМИ.	Способы воздействия на масс-медиа-аудиторию с помощью манипуляций. Манипулятивные приемы и технологии. Понятие симулякра и фазы его развития. Постмодернизм, или эстетика симулякра. Мир симулякров, как схема современного общества. Медиареальность и медиасобытия. Рекламный медиум. Гипотеза об имплотии смысла в СМИ и самих СМИ.
Тема 2.5	СМИ в постиндустриальном мире.	Основные теории постиндустриального/информационного общества, определяющие деятельность современных СМИ.: Белл, Маклюэн, Кан, Тофлер, Бжезинский, Фукуяма, Кастельс и др.
Тема 2.6	Сфера общественных связей и СМИ. СМИ и реклама. Семиотика рекламы.	СМИ и сфера общественных связей и отношений. Виды PR. СМИ и реклама. Рекламные технологии. Семиотика рекламы. Механизм работы знаков в рекламе. Креолизованный текст. Реклама, как знаковая мета система.
Тема 2.7	Коммуникативная организация информационного пространства. Суггестия информационного пространства.	Коммуникативная организация информационного пространства. Суггестия. Виды суггестивного воздействия. Суггестия в рекламе.
Тема 2.8	СМИ и гражданское общество. Гражданское общество и медиа в координатах пост современности.	СМИ и гражданское общество. Деятельность СМИ в контексте базовых прав и свобод личности. Роль медиа в демократическом обществе: американская традиция анализа. СМИ и публичная сфера общества (взгляды Ю. Хабермаса). Гражданское общество и медиа в координатах пост современности. Современные медиатехнологии и гражданское общество. Личность и СМИ. Интернет и права личности.
Тема 2.9	Организация современного СМИ в рамках государственной информационной политики (ГИП). Законодательство в журналистике. Профессионально-этические правила и нормы деятельности СМИ.	Организация современного СМИ в рамках государственной информационной политики (ГИП). Законодательство в журналистике. Профессионально-этические правила и нормы деятельности СМИ.

3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям, собеседованию, экзамену;
- изучение учебных пособий, рекомендованного видеоматериала;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение индивидуальных домашних заданий;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;
- создание презентаций по изучаемым темам.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам/разделам дисциплины;

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций.

Уровни сформированности компетенций	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровней сформированности общепрофессиональных/ профессиональных компетенций		
			ПК-1: ИД-ПК-1.1	ПК-4: ИД-ПК-4.1; ИД-ПК-4.2.	ПК-6: ИД-ПК-6.1; ИД-ПК-6.2.

высокий		отлично/ зачтено	Обучающийся: Планирует и проектирует проектные предложения по реализации фундаментальных и прикладных социологических исследований. Описывает проблемные ситуации и разрабатывает программы для проведения фундаментального или прикладного социологического исследования в различных сферах общественной жизни.	Обучающийся: Обосновывает и разрабатывает процедуру исследования рынка и алгоритмов анализа информации в рамках прикладного социологического исследования. Определяет целевую аудиторию исследования рынка в рамках прикладного социологического исследования. Составляет и оформляет методическую и техническую документацию по реализации прикладного социологического исследования	Обучающийся: Планирует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга. Использует знания об основных методах сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации. Применяет маркетинговые инструменты и готовит комплексный план проведения маркетингового исследования.
повышенный		хорошо/ зачтено	Обучающийся: Планирует и проектирует проектные предложения по реализации фундаментальных и прикладных социологических исследований. Описывает проблемные ситуации в различных сферах общественной жизни.	Обучающийся: Обосновывает и разрабатывает процедуру исследования рынка и алгоритмов анализа информации в рамках прикладного социологического исследования. Определяет целевую аудиторию исследования рынка в рамках прикладного социологического исследования.	Обучающийся: Планирует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга. Использует знания об основных методах сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации.
базовый		удовлетвори тельно/ зачтено	Обучающийся: Планирует и проектирует проектные предложения по реализации фундаментальных и	Обучающийся: Обосновывает и разрабатывает процедуру исследования рынка и алгоритмов анализа информации	Обучающийся: Планирует и проводит маркетинговые исследования с

			прикладных социологических исследований.	в рамках прикладного социологического исследования.	использованием инструментов комплекса маркетинга.
низкий		неудовлетворительно/ не зачтено	Обучающийся: – демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материала, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации; – испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами; – выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя; – ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы.		

5. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине Демография проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций, указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1. Формы текущего контроля успеваемости по дисциплине, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
1	Устный опрос по разделу I.	Вопросы для собеседования: 1. Каково содержание социально-экономических, политических, культурологических и технологических факторов, определяющих роль СМИ в современном мире? 2. Выделите общее и частное в понятиях: коммуникация и общение; средства массовой коммуникации, средства массовой информации? 3. В чем, на ваш взгляд, состоят основные отличия моделей коммуникации, предложенных Лассвеллом и Шраммом? 4. Как бы вы могли определить особенности социологического рассмотрения массовой коммуникации?

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		5. Приведите примеры того, как современные российские медиа способствуют поддержанию стабильности сложившейся социальной системы?
2	Тест по разделу I.	Пример теста - выберите правильный ответ на вопросы: 1. Т. Адорно является автором следующих идей: ☐ А) разрушительного воздействия СМИ на личность посредством распространения стереотипов массовой культуры; ☐ Б) изменение типов личности под влиянием стереотипов телепередач; ☐ В) утверждение внешне ориентированного типа личности; ☐ Г) СМИ - репрессивный механизм, осуществляющий централизацию власти и бюрократический контроль над обществом; ☐ Д) А + Б + В; ☐ Е) А + Б + В + Г. 2. «Скудные» и «Обильные» медиа представлены в теории: ☐ А) теория социального присутствия; ☐ Б) теория социальных сетей; ☐ В) теория информационной насыщенности; ☐ Г) теория критической массы; ☐ Д) неотехнологического детерминизма. 3. К теориям пропаганды и контрпропаганды 1-ой половины 20 века относятся: ☐ А) теория «магической пули», «теория инъекций», «теория приводного ремня»; ☐ Б) «белой пропаганды», «благотворящей технократии»; ☐ В) «просвещенного общества», «элитарной ответственности»; ☐ Г) А + Б + В; ☐ Д) А + Б; ☐ Е) ни одна из них. 4. Автор теории гегемонии СМИ является: ☐ А) Н. Пулантзас; ☐ Б) Л.Альтюссер; ☐ В) А. Грамши; ☐ Г) Р. Мертон; ☐ Д) А + Б; ☐ Е) А + Б + В;

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		☐ Ж) все вышеперечисленные; ☐ З) ни один из них. 5. Автором теории спираль молчания является: ☐ А) К. Ховланд; ☐ Б) У. Стивенсон; ☐ В) Э. Ноэль-Нойман; ☐ Г) Э. Роджерс; ☐ Д) У. Шрамм; ☐ Е) Г. Герцог; ☐ Ж) ни один из них.
3	Устный опрос по разделу II.	Вопросы для собеседования: 1. Публичные акции, ПР. Типы и виды ПР. 2. Мифология современного общения и мир «симулякров». 3. Постиндустриальное общество (Дж.Гэлбрейт, Д. Белл, М Маклюэн, М. Кастельс, З.Бжезинский, О.Тоффлер, Ф.Фукуяма). 4. Реклама как институт коммуникации. Моделирование социального взаимодействия и социальных потребностей в языке рекламы. 5. Авторитарная система журналистики.
4	Тест по разделу II.	Пример теста - выберите правильный ответ на вопросы: 1. "Паблик рилейшнз" понимается как: ☐ А) управленческая деятельность, целью которой является установление взаимовыгодных отношений между государственными или частными структурами и общественностью, от которой во многом зависит успех их функционирования; ☐ Б) установление взаимовыгодных отношений между государственными или частными структурами и общественностью; ☐ В) установление взаимовыгодных отношений между государственными и частными структурами; ☐ Г) связь с общественностью; ☐ Д) коммуникативная сфера, тесно связанная с социально значимыми видами деятельности людей. 2. Э. Тоффлер в истории цивилизации выделяет следующие «волны»: ☐ А) сельскохозяйственную, промышленную, экономика услуг, информационную; ☐ Б) аграрную, индустриальную, постиндустриальную, информационную; ☐ В) аграрную, индустриальную, постиндустриальную, главенства медиа;

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		☐ Г) первобытнообщинный строй, феодализм, капитализм, социализм, информационное общество; ☐ Д) аграрную, индустриальную, постиндустриальную. 3. Автор идеи мозаичности мышления: ☐ А) Г. Лассуэлл; ☐ Б) М. Маклюэн; ☐ В) Д. Белл; ☐ Г) С. Холл; ☐ Д) П. Лазарсфельд. 4. «Скудные» и «Обильные» медиа представлены в теории: ☐ А) теория социального присутствия; ☐ Б) теория социальных сетей; ☐ В) теория информационной насыщенности; ☐ Г) теория критической массы; ☐ Д) неотехнологического детерминизма. 5. К теориям пропаганды 1-ой половины 20 века относятся: ☐ А) теория «магической пули», «теория инъекций», «теория приводного ремня»; ☐ Б) «белой пропаганды», «благотворящей технократии»; ☐ В) «просвещенного общества», «элитарной ответственности»; ☐ Г) А + Б + В; ☐ Д) А + Б; ☐ Е) ни одна из них.

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
Тест	За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставаются баллы.	16 – 20 баллов	5	85% - 100%

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
	Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей. В заданиях с выбором нескольких верных ответов, заданиях на установление правильной последовательности, заданиях на установление соответствия, заданиях открытой формы используют порядковую шкалу. В этом случае баллы выставляются не за всё задание, а за тот или иной выбор в каждом задании, например, выбор варианта, выбор соответствия, выбор ранга, выбор дополнения. В соответствии с порядковой шкалой за каждое задание устанавливается максимальное количество баллов, например, три. Три балла выставляются за все верные выборы в одном задании, два балла - за одну ошибку, один - за две ошибки, ноль — за полностью неверный ответ. Правила оценки всего теста: общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, например, 20 баллов. В спецификации указывается общий наивысший балл по тесту. Также устанавливается диапазон баллов, которые необходимо набрать для того, чтобы получить отличную, хорошую, удовлетворительную или неудовлетворительную оценки. Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе. Например: «2» - равно или менее 40% «3» - 41% - 64% «4» - 65% - 84% «5» - 85% - 100%	13 – 15 баллов	4	65% - 84%
		6 – 12 баллов	3	41% - 64%
		0 – 5 баллов	2	40% и менее 40%

5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации: перечень теоретических вопросов к зачету/экзамену представлен в приложении
Зачет в устной форме	Зачет в устной форме по билетам: Билет 1 1. Либертарианская система журналистики. 2. Понятие манипуляции. Техники манипулирования информационными потоками. Билет 2 1. Идеино-теоретические предпосылки вопроса о свободе слова и печати. 2. Прикладные модели коммуникации. Билет 3 1. Теории, определяющие деятельность СМИ: обретения пользы и удовлетворения, социальных сетей, информационной насыщенности, социального присутствия, критической массы. 2. Организация коммуникативного пространства. Билет 4 1. Теории, изучающие эффекты деятельности СМИ (первые теории и исследования). 2. Основные информационные потоки в обществе. Структура информационной политики. Анализ эффективности информационной политики. Билет 5 1. Теории, определяющие деятельность СМИ: структурно-функциональный подход, теория диффузии инноваций, теория социального научения. 2. Теории, определяющие деятельность СМИ: активная теория телепросмотра, теория обретения пользы и удовлетворения, теория активной аудитории.

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины (модуля):

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
Зачет: в устной форме по билетам	Обучающийся: – демонстрирует знания, отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные;		5

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	– свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; – способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета; – логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете. Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.		
	Обучающийся: – показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; – недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; – недостаточно логично построено изложение вопроса; – успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой. В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.		4
	Обучающийся: – показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; – не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые. Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит		3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.		
	Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.		2

5.5. Примерные темы курсовой работы/курсового проекта: Курсовой проект не предусмотрен

5.6. Критерии, шкалы оценивания курсовой работы/курсового проекта; Курсовой проект не предусмотрен

5.7. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
- устный опрос		5
- тест		4
		3
		2
Промежуточная аттестация - зачет		5/зачтено
		4/зачтено
Итого за семестр		3/зачтено
зачет		2/не зачтено

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр учебных фильмов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);

6. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины Социология средств массовой информации реализуется при проведении отдельных занятий лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения практической работы, практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

7. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, д.2, строение 4.	
Аудитория №4224 - аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	- Комплект учебной мебели, доска меловая, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: ноутбук, проектор, экран для проектора
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
читальный зал библиотеки: помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ.	• Стеллажи для книг, • комплект учебной мебели, • 1 рабочее место сотрудника и – рабочие места для студентов, оснащенные персональными компьютерами с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную ин-формационно-образовательную среду организации.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
1	2	3	4	5	6	7	8
9.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Бакулев Г.П.	Массовая коммуникация: западные теории и концепции.	Книга	М: Аспект-пресс.	2019		
2	Белл Д.	Грядущее постиндустриальное общество	Книга	М.: «Аванти плюс»,	2016		
3	Барт Р.	Мифологии	Книга	2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт	2015		
4	Иноземцев В.Л.	Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы	Книга	М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М	2018		
5	Кастельс М.	Информационная эпоха. Экономика. Общество. Культура	Книга	М.: Прогресс.	2017		
6	Куличкина Г. В	Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа	Учебное пособие	М. : Издательство Юрайт	2018		
7	Назаров М. М.	Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования.	Книга	М.: «Аванти плюс»,	2019		
8	Конецкая В.П.	Социология коммуникации	Учебник	М. : Издательство Юрайт	2016		

9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Дридзе Т.М.	Текстовая деятельность и структура социальной коммуникации.	Книга	М. «Аванти плюс»	2015		
2	Доценко Е.Л.	Психология манипуляции	Книга	М. : Издательство Юрайт	2016		
3	Литвина Т. В.	Дизайн новых медиа	Учебник	М. : Издательство Юрайт	2018	https://www.biblio-online.ru/bcode/423119	
4	Назаров М.М.	Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований	Книга	М.: «Аванти плюс»,	2018		
5	Почепцов Г.Г.	Коммуникативные технологии XX века	Книга	М.: Прогресс.	2017		
6	Руденко А.М.	Психология массовых коммуникаций	Учебник	М. : РИОР : ИНФРА-М	2017	http://znanium.com/bookread2.php?book=792707	
7	Ромат Е. В.	Реклама	Учебник	С-Пб.: Питер	2003		
8	Сергеев А. А.	Бизнес-планирование	Учебник и практикум	М. : Издательство Юрайт	2018	https://www.biblio-online.ru/bcode/429693	
9	Сендидж Ч.	Реклама: теория и практика	Книга	М. : Издательство Юрайт	2018		
10	Федотова Л.Н	Социология массовой коммуникации	Книга	С-Пб.: Питер	2016		
9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Карпова Е.Г., Кашеев О.В., Усик С.П.	42.03.01 - Реклама и связи с общественностью. 39.03.01 – Социология. Учебное пособие по подготовке и защите	Учебное пособие	М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2021	2021		10

		выпускных квалификационных работ					
--	--	-------------------------------------	--	--	--	--	--

10. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

10.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» http://www.e.lanbook.com/
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znanium.com/
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» http://znanium.com/
4.	ЭБС «ИВИС» http://dlib.eastview.com/
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
1.	Scopus https://www.scopus.com (международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств);
2.	Scopus http://www.Scopus.com/
3.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU https://elibrary.ru (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);
4.	Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ: www.hse.ru/rlms
5.	Статистические сборники НИУ ВШЭ https://www.hse.ru/org/hse/primarydata/
6.	База результатов опросов россиян "Архивариус" http://wciom.ru/database/baza_rezultatov_oprosa_s_199..
7.	База социологических данных ВЦИОМ http://wciom.ru/database/
8.	Портал социологических данных РАНХиГС http://social.ranepa.ru/
9.	Базы данных Росстата http://cbsd.gks.ru/
10.	Россия в данных https://ourcountryindata.ru/

10.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт 85-ЭА-44-20 от 28.12.2020
2.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
3.	Office Pro Plus 2021 Russian OLV NL Acad AP LTSC	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
4.	Microsoft Windows 11 Pro	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
		...