

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.09.2023 12:25:44
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82479

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 массовых коммуникаций

| | |
|--|---|
| Уровень образования | Бакалавриат |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность (профиль) | Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года |
| Форма(-ы) обучения | Очная |

Рабочая программа учебной дисциплины «Социология массовых коммуникаций» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 8 от 10.03.2023 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

- | | |
|----------------------|-----------------|
| 1. Доцент | О.В. Кашеев |
| 2. Ассистент | Г.Р. Гайтукаева |
| Заведующий кафедрой: | Е.Г. Карпова |

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Социология массовых коммуникаций» изучается в седьмом семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

Экзамен

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

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

- Основы рекламной деятельности и PR
- Основы теории коммуникации
- Теория и практика массовой информации
- Социология
- Интегрированные коммуникации в рекламе и PR
- Семиотика в рекламе и связях с общественностью

Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
- Гендерные аспекты в рекламе и PR
- Политическая реклама и PR
- Планирование рекламы и PR в рекламных кампаниях

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

Целями освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» являются:

- освоение студентами основных теоретических и эмпирических направлений изучения проблем массовой коммуникации в современном обществе;
- расширение и углубление знаний специалиста в области связей с общественностью в сфере массовой коммуникации;
- овладение навыками социологических методов изучения массовой коммуникации;
- формирование у обучающихся компетенции(-й), установленной(-ых) 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.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--------------------------------|--|---|
|--------------------------------|--|---|

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--------------------------------|---|--|
| УК-3 | ИД-УК-3.1 Определение своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, соблюдение установленных норм и правил командной работы | Способен эффективно взаимодействовать в команде в соответствии с существующими нормами и правилами командной работы, в т.ч. при работе в проектных командах, при реализации маркетинговых и рекламных проектов |
| | ИД-УК-3.2 Анализ возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии, и построение продуктивного взаимодействия с учетом этого | Способен выстраивать стратегию поведения при работе в команде, оценивать собственные действия и их последствия для общей работы |
| | ИД-УК-3.3 Осуществление обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценка идей других членов команды для достижения поставленной цели | Способен коммуницировать в команде, делиться знанием и опытом с коллективом, критически оценивать идеи и предложения членов команды с точки зрения целеполагания |
| ПК-2 | ИД-ПК-2.1 Использование различных источников информации для выявления целевого сегмента и выбора маркетинговых коммуникационных инструментов | Способен грамотно определить целевой сегмент и выбрать подходящие маркетинговые инструменты на основании анализа различных источников информации |
| | ИД-ПК-2.2 Применение основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта | Способен применять различные маркетинговые инструменты в процессе производства, в т.ч. реализации коммуникационных продуктов |
| ПК-5 | ИД-ПК-5.3 Создание сценариев событий и мероприятий для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, транслирующих миссию и философию организации целевым группам общественности | Способен планировать и создавать сценарии мероприятий в области маркетинга с учетом специфики миссии организации или проекта и особенностей восприятия целевой аудиторией информации |

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

| | | | | |
|---------------------------|---|------|-----|------|
| по очной форме обучения – | 4 | у.е. | 144 | 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 | Контактная аудиторная работа, час | | | | Самостоятельная работа обучающегося, час | | |
| | | | лекции, час | практические занятия, час | лабораторные занятия, час | практическая подготовка, час | курсовая работа | самостоятельная работа обучающегося, час | промежуточная аттестация, час |
| 4 курс 7 семестр | Экзамен | 144 | 34 | 34 | | | | 40 | |
| Всего: | | 144 | 34 | 34 | | | | 40 | |

3.2. Структура учебной дисциплины 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; форма(ы) промежуточной аттестации | Виды учебной работы | | | | Самостоятельная работа, час | Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости |
|--|--|---------------------|---------------------------|---|------------------------------|-----------------------------|--|
| | | Контактная работа | | | | | |
| | | Лекции, час | Практические занятия, час | Лабораторные работы/индивидуальные занятия, час | Практическая подготовка, час | | |
| Седьмой семестр | | | | | | | |
| УК-3 | Раздел I. Массовая коммуникация и ее роль в современном обществе | 14 | 14 | | | 20 | Формы текущего контроля по разделу I: Собеседование, <i>тест</i> |
| ИД-УК-3.1 | Тема 1. Понятие и особенности массовой коммуникации. Феномен виртуальной реальности. | 2 | | | | | |
| ИД-УК-3.2 | Тема 1.2. Моделирование массовой коммуникации подходы и принципы. Модели коммуникации: трансмиссионные, символические. | 4 | | | | | |
| ИД-УК-3.3 | Тема 1.3. Системно-структурные представления о массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации в обществе. | 2 | | | | | |
| | Тема 1.4. Социодинамическая теория МК. | 2 | | | | | |
| | Тема 1.5. СМК в концепции самореферентных социальных систем. | 2 | | | | | |
| | Тема 1.6. Массмедиа как средство конструирования реальности. | 2 | | | | | |
| | Практическое занятие № 1.1. Факторы, определяющие эффективность массовой коммуникации. Феномен виртуальной реальности. | | 2 | | | | |
| | Практическое занятие № 1.2. Моделирование массовой коммуникации. Модели коммуникации: трансмиссионные, символические. | | 4 | | | | |
| | Практическое занятие № 1.3. Функции массовой коммуникации в обществе. | | 2 | | | | |
| | Практическое занятие № 1.4. Медиа как средство поддержания системной стабильности. | | 2 | | | | |

| Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций | Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации | Виды учебной работы | | | | Самостоятельная работа, час | Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости |
|--|---|---------------------|---------------------------|---|------------------------------|-----------------------------|--|
| | | Контактная работа | | | | | |
| | | Лекции, час | Практические занятия, час | Лабораторные работы/индивидуальные задания, час | Практическая подготовка, час | | |
| | Практическое занятие № 1.5. СМК в концепции самореферентных социальных систем. | | 2 | | | | |
| | Практическое занятие № 1.6. Массмедиа как средство конструирования реальности. | | 2 | | | | |
| ПК-2 ИД-ПК-2.1 ИД-ПК-2.2 | Раздел II. Различные теоретические подходы к изучению массовой коммуникации. | 10 | 10 | | | 10 | Формы текущего контроля по разделу II: Собеседование, тест |
| | Тема 2.1. Марксистская традиция социально-философского анализа деятельности СМК. СМИ и идеология. | 2 | | | | | |
| | Тема 2.2. Концепция гегемонии медиа. | 2 | | | | | |
| | Тема 2.3. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации. | 2 | | | | | |
| | Тема 2.4. Массовая коммуникация и реклама. | 2 | | | | | |
| | Тема 2.5. Понимание массовой коммуникации в рамках критической теории. | 2 | | | | | |
| | Практическое занятие № 2.1. Неомарксистский подход к изучению деятельности СМИ. СМИ и идеология. | | 2 | | | | |
| | Практическое занятие № 2.2. Концепция гегемонии медиа. | | 2 | | | | |
| | Практическое занятие № 2.3. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации. | | 2 | | | | |
| Практическое занятие № 2.4. Массовая коммуникация и реклама. Рекламные технологии. Семиотика рекламы. | | 2 | | | | | |

| Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций | Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации | Виды учебной работы | | | | Самостоятельная работа, час | Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости |
|--|---|---------------------|---------------------------|---|------------------------------|-----------------------------|--|
| | | Контактная работа | | | | | |
| | | Лекции, час | Практические занятия, час | Лабораторные работы/индивидуальные задания, час | Практическая подготовка, час | | |
| | Практическое занятие № 2.5. Франкфуртская школа. | | 2 | | | | |
| ПК-5 ИД-ПК-5.3 | Раздел III. Массовая коммуникация в постиндустриальном (информационном) мире. | 10 | 10 | | | 10 | Формы текущего контроля по разделу III: Собеседование, тест |
| | Тема 3.1. Концепции и теории постиндустриального (информационного) мира. | 2 | | | | | |
| | Тема 3.2. М. Маклюэн и его концепция «имплозии коммуникации». Концепция «Общество спектакля». | 2 | | | | | |
| | Тема 3.3. Философия, культура и искусство постмодернизма. Постмодернизм, или эстетика симулякра. Массовая коммуникация и гиперреальность. | 2 | | | | | |
| | Тема 3.4. Средства массовой коммуникации и гражданское общество. Гражданское общество и медиа в координатах пост современности. | 2 | | | | | |
| | Тема 3.5. Общество 5.0. Технологии на благо человека. | 2 | | | | | |
| | Практическое занятие № 3.1. Концепции и теории постиндустриального (информационного) мира. | | 2 | | | | |
| | Практическое занятие № 3.2. М. Маклюэн и его концепция «имплозии коммуникации». | | 2 | | | | |
| | Практическое занятие № 3.3. Постмодернизм, или эстетика симулякра. Типы симулякров. Массовая коммуникация и гиперреальность. | | 2 | | | | |
| Практическое занятие № 3.4. Гражданское общество и медиа | | 2 | | | | | |

| Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций | Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации | Виды учебной работы | | | | Самостоятельная работа, час | Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости |
|--|---|---------------------|---------------------------|--|------------------------------|-----------------------------|--|
| | | Контактная работа | | | | | |
| | | Лекции, час | Практические занятия, час | Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час | Практическая подготовка, час | | |
| | в координатах пост современности. | | | | | | |
| | Практическое занятие № 3.5. Индустрия 5.0 и Общество 5.0. | | 2 | | | | |
| | Экзамен | | | | | | Экзамен по билетам |
| | ИТОГО за седьмой семестр | 34 | 34 | | | 40 | |
| | ИТОГО за весь период | 34 | 34 | | | 40 | |

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

| № пп | Наименование раздела и темы дисциплины | Содержание раздела (темы) |
|------------------|--|--|
| Раздел I | <i>Массовая коммуникация и ее роль в современном обществе.</i> | |
| Тема 1.1 | Понятие и особенности массовой коммуникации. Феномен виртуальной реальности. | Понятие и особенности массовой коммуникации. Факторы, определяющие роль массовой коммуникации в современном мире. Междисциплинарность МК. Социологическое рассмотрение МК. Феномен виртуальной реальности. |
| Тема 1.2 | Моделирование массовой коммуникации подходы и принципы. Модели коммуникации: трансмиссионные, символические. | Моделирование массовой коммуникации: линейная модель, динамическая модель Уэстли и Маккллина, социально-психологическая модель Ньюкомба, лингвистическая модель речевого воздействия А.А. Леонтьева, математическая модель Шеннона и Уивера, модель "двухступенчатого потока коммуникации", циркулярная модель коммуникации Осгуда-Шрамма. игровая модель коммуникации Й. Хейзинга, кибернетическая коммуникативная модель Н. Винера, конфликтологическая модель Юри, коммуникационная модель Берло, модель коммуникации Де Флера, модель «социокультурного цикла» А. Молля. |
| Тема 1.3 | Системно-структурные представления о массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации в обществе. | Системно-структурные представления о массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации в обществе. Теории 1-й половины 20-го века, построенные на функциональном подходе. |
| Тема 1.4 | Социодинамическая теория МК. | Социодинамическая теория МК. Медиа как средство поддержания системной стабильности. |
| Тема 1.5 | СМК в концепции самореферентных социальных систем. | СМК в концепции самореферентных социальных систем. Самореференция социальных систем. |
| Тема 1.6 | Массмедиа как средство конструирования реальности. | Массмедиа как средство конструирования реальности. Типология содержания массмедиа по Луману. |
| Раздел II | <i>Различные теоретические подходы к изучению массовой коммуникации.</i> | |
| Тема 2.1 | Марксистская традиция социально-философского анализа деятельности СМК. СМИ и идеология. | Марксистская традиция социально-философского анализа деятельности СМК. Структуралистская интерпретация идеологии. СМИ - каналы материальной фиксации идеологии. |
| Тема 2.2 | Концепция гегемонии медиа. | Концепция гегемонии, увязывающая вопросы власти, культуры и идеологии. СМИ, как пространство борьбы за гегемонию. |
| Тема 2.3 | Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации. | Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации. Коммутационный тест. Миф как вторичная семиологическая система, кодирование и декодирование. Тексты МК как структуры повествования. Базовые (общие) структуры сюжетов или форм повествований. |
| Тема 2.4 | Массовая коммуникация и реклама. | Массовая коммуникация и реклама. Рекламные технологии. Семиотика рекламы. Механизм работы знаков в рекламе. Креолизованный текст. Реклама, как знаковая мета система. |
| Тема 2.5 | Понимание массовой коммуникации в рамках | Понимание массовой коммуникации в рамках критической теории. Франкфуртская школа. |

| | | |
|-------------------|---|---|
| | критической теории. | |
| Раздел III | Массовая коммуникация в постиндустриальном (информационном) мире. | |
| Тема 3.1 | Концепции и теории постиндустриального (информационного) мира. | Концепции и теории постиндустриального (информационного) мира следующих авторов: Белл, Маклюэн, Кан, Тофлер, Бжезинский, Фокуяма, Кастельс и др. |
| Тема 3.2 | М. Маклюэн и его концепция «имплозии коммуникации». Концепция «Общество спектакля». | М. Маклюэн и его концепция «имплозии коммуникации». Концепция технической воспроизводимости материалов культуры. Критика тенденций современного телевидения. Концепция «Общество спектакля». |
| Тема 3.3 | Философия, культура и искусство постмодернизма. Постмодернизм, или эстетика симулякра. Массовая коммуникация и гиперреальность. | Философия, культура и искусство постмодернизма. Постмодернизм, или эстетика симулякра. Массовая коммуникация и гиперреальность. Мир симулякров, как схема современного общества. Медиареальность и медиасобытия. Рекламный медиум. |
| Тема 3.4 | Средства массовой коммуникации и гражданское общество. Гражданское общество и медиа в координатах пост современности. | Средства массовой коммуникации и гражданское общество. МК в контексте базовых прав и свобод личности. Роль медиа в демократическом обществе: американская традиция анализа. СМК и публичная сфера общества (взгляды Ю. Хабермаса). Гражданское общество и медиа в координатах пост современности. Современные медиатехнологии и гражданское общество. |
| Тема 3.5 | Общество 5.0. Технологии на благо человека. | Индустрия 5.0 и Общество 5.0. Типы индустрий и обществ в истории человеческой цивилизации. Индустрия 4.0 и ее основные компоненты. Причины возникновения концепции Индустрии 5.0 и Общества 5.0. Киберфизическое пространство. Технологии на благо человека. |

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 и практическим занятиям;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- подготовка к собеседованию;

- подготовка к тест;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.

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

- проведение консультаций перед экзаменом;
- индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии применяются.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

| использование ЭО и ДОТ | использование ЭО и ДОТ | объем, час | включение в учебный процесс |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------|--|
| смешанное обучение | лекции | | в соответствии с расписанием учебных занятий |
| | практические занятия | | |

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

| уровни сформированности компетенции(-й) | Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | УК-3 ИД-УК-3.1 ИД-УК-3.2 ИД-УК-3.3 | ПК-2 ИД-ПК-2.1 ИД-ПК-2.2 | ПК-5 ИД-ПК-5.3 |
|---|---|---|---|--|--|
| высокий | | отлично | Обучающийся: Способен эффективно взаимодействовать в команде в соответствии с существующими нормами и правилами командной работы, в т.ч. при работе в проектных командах, при реализации маркетинговых и рекламных проектов Способен выстраивать стратегию поведения при работе в команде, оценивать собственные действия и их последствия для общей работы Способен коммуницировать в команде, делиться знанием и опытом с коллективом, критически оценивать идеи и предложения членов команды с точки зрения целеполагания | Обучающийся: Способен грамотно определить целевой сегмент и выбрать подходящие маркетинговые инструменты на основании анализа различных источников информации Способен применять различные маркетинговые инструменты в процессе производства, в т.ч. реализации коммуникационных продуктов | Обучающийся: Способен планировать и создавать сценарии мероприятий в области маркетинга с учетом специфики миссии организации или проекта и особенностей восприятия целевой аудиторией информации |
| повышенный | | хорошо | Обучающийся: Способен эффективно | Обучающийся: Способен грамотно определить | Обучающийся: Способен планировать и |

| | | | | | |
|---------|--|-------------------|--|--|--|
| | | | <p>взаимодействовать в команде в соответствии с существующими нормами и правилами командной работы, в т.ч. при работе в проектных командах, при реализации маркетинговых и рекламных проектов, но допускает незначительные ошибки</p> <p>Способен выстраивать стратегию поведения при работе в команде, оценивать собственные действия и их последствия для общей работы, но допускает незначительные ошибки</p> <p>Способен коммуницировать в команде, делиться знанием и опытом с коллективом, критически оценивать идеи и предложения членов команды с точки зрения целеполагания, но допускает незначительные ошибки</p> | <p>целевой сегмент и выбрать подходящие маркетинговые инструменты на основании анализа различных источников информации, но допускает незначительные ошибки</p> <p>Способен применять различные маркетинговые инструменты в процессе производства, в т.ч. реализации коммуникационных продуктов, но допускает незначительные ошибки</p> | <p>создавать сценарии мероприятий в области маркетинга с учетом специфики миссии организации или проекта и особенностей восприятия целевой аудиторией информации, но допускает незначительные ошибки</p> |
| базовый | | удовлетворительно | <p>Обучающийся:</p> <p>Способен частично взаимодействовать в команде в соответствии с существующими нормами и правилами командной работы, в т.ч. при работе в проектных командах, при реализации маркетинговых и рекламных проектов</p> <p>Частично способен выстраивать стратегию поведения при работе в команде, оценивать собственные действия и их последствия для общей работы</p> | <p>Обучающийся:</p> <p>Способен частично определить целевой сегмент и выбрать подходящие маркетинговые инструменты на основании анализа различных источников информации</p> <p>Способен частично применять различные маркетинговые инструменты в процессе производства, в т.ч. реализации коммуникационных продуктов</p> | <p>Обучающийся:</p> <p>Частично способен планировать и создавать сценарии мероприятий в области маркетинга с учетом специфики миссии организации или проекта и особенностей восприятия целевой аудиторией информации</p> |

| | | | | | |
|--------|--|---------------------|---|--|--|
| | | | Частично способен коммуницировать в команде, делиться знанием и опытом с коллективом, критически оценивать идеи и предложения членов команды с точки зрения целеполагания | | |
| низкий | | неудовлетворительно | Обучающийся: Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материала, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации Испытывает серьезные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приемами Не способен проанализировать и проинтерпретировать социальные процессы Не владеет принципами планирования и организации социологического исследования 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. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Социология массовых коммуникаций» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|----------------------------|---|
| 1 | Собеседование по разделу I | Примеры вопросов: 1. Каково содержание социально-экономических, политических, культурологических и технологических факторов, определяющих роль массовой коммуникации в современном мире? 2. Выделите общее и частное в понятиях: коммуникация и общение; средства массовой коммуникации, медиа, средства массовой информации? |

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|-------------------------|--|
| | | <p>3. В чем, на ваш взгляд, состоят основные отличия моделей коммуникации, предложенных Лассвеллом и Шраммом?</p> <p>4. Как бы вы могли определить особенности социологического рассмотрения массовой коммуникации?</p> <p>5. Приведите примеры того, как современные российские медиа способствуют поддержанию стабильности сложившейся социальной системы?</p> |
| 2 | Тест по разделу I | <p>Пример теста - выберите правильный ответ на вопросы:</p> <p>1. Коммуникация – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> А) средство связи любых объектов материального и духовного мира; <input type="checkbox"/> Б) социально обусловленный процесс обмена мыслями и чувствами между людьми в различных сферах их познавательной-трудовой и творческой деятельности, реализуемый, главным образом, при помощи вербальных средств коммуникации; <input type="checkbox"/> В) социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных и др.); <input type="checkbox"/> Г) процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения. <p>2. Законы развития коммуникационных каналов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> А) Закон симметрии коммуникационных каналов; <input type="checkbox"/> Б) Закон кумуляции коммуникационных каналов; <input type="checkbox"/> В) Закон ускорения бифуркаций; <input type="checkbox"/> Г) Закон сепулькаризации коммуникационных каналов; <input type="checkbox"/> Д) А+Б+В; <input type="checkbox"/> Е) А+Б+Г; <input type="checkbox"/> Ж) А+Б+В+Г; <input type="checkbox"/> З) Ничего из выше перечисленного. <p>3. Модель "коммуникативного акта", разработанная Г. Лассуэллом выглядела:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> А) КТО сообщает - ЧТО - по какому КАНАЛУ - КОМУ - с каким ЭФФЕКТОМ - "ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ"; <input type="checkbox"/> Б) КТО сообщает - ЧТО - по какому КАНАЛУ - КОМУ - с каким ЭФФЕКТОМ; <input type="checkbox"/> В) КТО сообщает - ЧТО - по какому КАНАЛУ - КОМУ; <input type="checkbox"/> Г) КТО сообщает - ЧТО - КОМУ; <input type="checkbox"/> Д) КТО сообщает - ЧТО - ЗАЧЕМ - по какому КАНАЛУ - КОМУ - с каким |

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|-----------------------------|---|
| | | <p>ЭФФЕКТОМ - "ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ".</p> <p>4. Функции массовой коммуникации в историческом разрезе по Г. Лассуэллу:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> А) информационная, регулирующая, культурологическая; <input type="checkbox"/> Б) информационная, регулирующая, культурологическая, контакта; <input type="checkbox"/> В) информационная, регулирующая, культурологическая, развлекательная; <input type="checkbox"/> Г) информационная, регулирующая, культурологическая, развлекательная, мобилизующая; <input type="checkbox"/> Д) информационная, регулирующая, культурологическая, развлекательная, мобилизующая, социального контроля, воспитательная. <p>5. П. Лазарфельд и Г. Годэ выявили (дать наиболее полный ответ):</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> А) наличие "двухступенчатого потока коммуникации"; <input type="checkbox"/> Б) опосредованность воздействия массовой коммуникации на аудиторию; <input type="checkbox"/> В) "повторное открытие первичной группы"; <input type="checkbox"/> Г) типовую трехчастную структуру новостей; <input type="checkbox"/> Д) А + Б; <input type="checkbox"/> Е) А + Б + В; <input type="checkbox"/> Ж) А + Б + В + Г. |
| 3 | Собеседование по разделу II | <p>Примеры вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Каковы основания классической марксистской концепции идеологии? В чем этот подход может быть полезен для анализа современных процессов в области массовой коммуникации? 2. Сформулируйте общие и частные черты в концептуальных построениях Альтюссера и Грамши, касающихся идеологии и средств массовой коммуникации? 3. Попробуйте изобразить структурную схему оперирования идеологии. Какие основные моменты вы считаете необходимым здесь отразить? Почему? 4. С помощью каких основных способов современные медиа способствуют достижению согласия в обществе в отношении основных (базовых) ценностей? 5. Согласны ли вы с идеей о том, что проявления идеологии можно обнаружить в самых разных сторонах жизни? |
| 4 | Тест по разделу II | <p>Пример теста - выберите правильный ответ на вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Т. Адорно является автором следующих идей: |

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|-------------------------|--|
| | | <p><input type="checkbox"/> А) разрушительного воздействия СМИ на личность посредством распространения стереотипов массовой культуры;</p> <p><input type="checkbox"/> Б) изменение типов личности под влиянием стереотипов телепередач;</p> <p><input type="checkbox"/> В) утверждение внешне ориентированного типа личности;</p> <p><input type="checkbox"/> Г) СМИ - репрессивный механизм, осуществляющий централизацию власти и бюрократический контроль над обществом;</p> <p><input type="checkbox"/> Д) А + Б + В;</p> <p><input type="checkbox"/> Е) А + Б + В + Г.</p> <p>2. «Скудные» и «Обильные» медиа представлены в теории:</p> <p><input type="checkbox"/> А) теория социального присутствия;</p> <p><input type="checkbox"/> Б) теория социальных сетей;</p> <p><input type="checkbox"/> В) теория информационной насыщенности;</p> <p><input type="checkbox"/> Г) теория критической массы;</p> <p><input type="checkbox"/> Д) неотехнологического детерминизма.</p> <p>3. К теориям пропаганды и контрпропаганды 1-ой половины 20 века относятся:</p> <p><input type="checkbox"/> А) теория «магической пули», «теория инъекций», «теория приводного ремня»;</p> <p><input type="checkbox"/> Б) «белой пропаганды», «благотворящей технократии»;</p> <p><input type="checkbox"/> В) «просвещенного общества», «элитарной ответственности»;</p> <p><input type="checkbox"/> Г) А + Б + В;</p> <p><input type="checkbox"/> Д) А + Б;</p> <p><input type="checkbox"/> Е) ни одна из них.</p> <p>4. Автором теории гегемонии СМИ является:</p> <p><input type="checkbox"/> А) Н. Пулантзас;</p> <p><input type="checkbox"/> Б) Л.Альтюссер;</p> <p><input type="checkbox"/> В) А. Грамши;</p> <p><input type="checkbox"/> Г) Р. Мертон;</p> <p><input type="checkbox"/> Д) А + Б;</p> <p><input type="checkbox"/> Е) А + Б + В;</p> <p><input type="checkbox"/> Ж) все вышеперечисленные;</p> <p><input type="checkbox"/> З) ни один из них.</p> <p>5. Автором теории спираль молчания является:</p> |

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|------------------------------|--|
| | | <input type="checkbox"/> А) К. Ховланд; <input type="checkbox"/> Б) У. Стивенсон; <input type="checkbox"/> В) Э. Ноэль-Нойман; <input type="checkbox"/> Г) Э. Роджерс; <input type="checkbox"/> Д) У. Шрамм; <input type="checkbox"/> Е) Г. Герцог; <input type="checkbox"/> Ж) ни один из них. |
| 5 | Собеседование по разделу III | <p>Примеры вопросов:</p> <p>1. Сравните теоретико-методологические основания анализа текстов массовой коммуникации, присущие: а) традиционному контент-анализу; б) семиотике. Можно ли, на ваш взгляд, выделить здесь общее и частное?</p> <p>2. Как концепция синтагматического и парадигматического анализа может быть применима для анализа текстов массовой коммуникации?</p> <p>3. Какие переменные, на ваш взгляд, влияют на процесс кодирования - декодирования? Обоснуйте ваш выбор на примере прочтения популярной ежедневной газеты, наиболее популярной среди ваших друзей и знакомых.</p> <p>4. Выберите в качестве примера сообщения рекламное объявление в женском журнале. Проведите его семиологический анализ.</p> <p>5. Примените методологию В. Я. Проппа применительно к просмотренному вами сериалу. В чем, на ваш взгляд, состоят преимущества и недостатки этого подхода?</p> |
| 6 | Тест по разделу III | <p>Пример теста - выберите правильный ответ на вопросы:</p> <p>1. Согласно идеям, М. Маклюэна телевидение является:</p> <input type="checkbox"/> А) «горячим» медиа; <input type="checkbox"/> Б) «холодным» медиа; <input type="checkbox"/> В) «тучным» медиа; <input type="checkbox"/> Г) «худым» медиа; <input type="checkbox"/> Д) всеохватывающим медиа. <p>2. Основные факторы, способствующие воздействию массовой информации на аудиторию (дать наиболее полный ответ):</p> <input type="checkbox"/> А) социопсихологические, информационные, коммуникативные, технические; <input type="checkbox"/> Б) социопсихологические, информационные, коммуникативные, технические, |

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|-------------------------|--|
| | | <p>мотивационные;</p> <p><input type="checkbox"/> В) социопсихологические, информационные, коммуникативные, технические, мотивационные, биологические;</p> <p><input type="checkbox"/> Г) социальные, информационные, когнитивные;</p> <p><input type="checkbox"/> Д) социопсихологические, информационные, коммуникативные.</p> <p>3. Э. Тоффлер в истории цивилизации выделяет следующие «волны»:</p> <p><input type="checkbox"/> А) сельскохозяйственную, промышленную, экономика услуг, информационную;</p> <p><input type="checkbox"/> Б) аграрную, индустриальную, постиндустриальную, «электронного кот-теджа»;</p> <p><input type="checkbox"/> В) аграрную, индустриальную, постиндустриальную, главенства медиа;</p> <p><input type="checkbox"/> Г) первобытнообщинный строй, феодализм, капитализм, социализм, информационное общество;</p> <p><input type="checkbox"/> Д) аграрную, индустриальную и постиндустриальную.</p> <p>4. М. Маклюэн является автором следующих концепций и идей:</p> <p><input type="checkbox"/> А) человечество преодолевает линейное, базирующееся на грамотности мышление и восходит к нелинейной электронной мысли;</p> <p><input type="checkbox"/> Б) «глобальной деревни»;</p> <p><input type="checkbox"/> В) «тучных» и «худых» медиа;</p> <p><input type="checkbox"/> Г) «горячих» и «холодных» медиа;</p> <p><input type="checkbox"/> Д) А Б;</p> <p><input type="checkbox"/> Е) А+Б+В;</p> <p><input type="checkbox"/> Ж) А + Б + Г;</p> <p><input type="checkbox"/> З) всего вышеперечисленного.</p> <p>5. "Паблик рилейшнз" понимается как:</p> <p><input type="checkbox"/> А) управленческая деятельность, целью которой является установление взаимовыгодных отношений между государственными или частными структурами и общественностью, от которой во многом зависит успех их функционирования;</p> <p><input type="checkbox"/> Б) установление взаимовыгодных отношений между государственными или частными структурами и общественностью;</p> <p><input type="checkbox"/> В) установление взаимовыгодных отношений между государственными и частными структурами;</p> <p><input type="checkbox"/> Г) связь с общественностью;</p> |

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|-------------------------|--|
| | | □ Д) коммуникативная сфера, тесно связанная с социально значимыми видами деятельности людей. |

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|--|--|----------------------|----------------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| Собеседование | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает | | 5 |
| | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях. | | 4 |
| | Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений. | | 3 |
| | Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, | | 2 |

| | | | |
|------|--|---|--------------------|
| | теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы. | | |
| | Не получены ответы по базовым вопросам. | | 2 |
| | Не принимал участия в собеседовании. | | 2 |
| Тест | За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются баллы. 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. 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. «2» - равно или менее 40% «3» - 41% - 64% «4» - 61% - 84% «5» - 81% - 100% | 5 | 81% - 100% |
| | | 4 | 61% - 84% |
| | | 3 | 41% - 64% |
| | | 2 | 40% и менее 40% |

5.3. Промежуточная аттестация:

| Форма промежуточной аттестации | Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации: |
|--------------------------------|---|
| Экзамен | <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие и особенности массовой коммуникации. Факторы, определяющие роль массовой коммуникации в современном мире. 2. Моделирование массовой коммуникации подходы и принципы. Модели коммуникации: трансмиссионные, символические. 3. Моделирование массовой коммуникации: линейная модель, динамическая модель Уэстли и Маккллина, социально-психологическая модель Ньюкомба. 4. Моделирование массовой коммуникации: психолингвистическая модель речевого воздействия А.А. |

| | |
|--|---|
| | <p>Леонтьева, математическая модель Клода Шеннона и Уоррена Уивера</p> <p>5. Моделирование массовой коммуникации: модель "двухступенчатого потока коммуникации", циркулярная модель коммуникации Осгуда-Шрамма.</p> <p>6. Моделирование массовой коммуникации: Игровая модель коммуникации Й. Хейзинга, кибернетическая коммуникативная модель Н. Винера.</p> <p>7. Моделирование массовой коммуникации: конфликтологическая модель (Юри), коммуникационная модель Дэвида Берло.</p> <p>8. Моделирование массовой коммуникации: модель коммуникации Де Флера, модель «социокультурного цикла» А. Молля.</p> <p>9. Междисциплинарность МК. Социологическое рассмотрение МК. Феномен виртуальной реальности.</p> <p>10. Системно-структурные представления о массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации в обществе.</p> |
|--|---|

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

| Форма промежуточной аттестации | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|---------------------------------------|--|----------------------|----------------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| <p>Экзамен:</p> <p>В устной форме</p> | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует знания, отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; – 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. | | Отлично |

| Форма промежуточной аттестации | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|----------------------------------|--|----------------------|----------------------|
| Наименование оценочного средства | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| | <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p> | | |
| | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p> | | Хорошо |
| | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p> | | Удовлетворительно |
| | <p>Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала.</p> <p>На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p> | | Неудовлетворительно |

5.5. 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: | | |
| Собеседование | | 2 – 5 |
| Тест | | 2 – 5 |
| Промежуточная аттестация экзамен | | отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно |
| Итого за семестр экзамен | | отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно |

Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

| 100-балльная система | пятибалльная система | |
|----------------------|--|------------|
| | зачет с оценкой/экзамен | зачет |
| 85 – 100 баллов | отлично зачтено (отлично) | зачтено |
| 65 – 84 баллов | хорошо зачтено (хорошо) | |
| 41 – 64 баллов | удовлетворительно зачтено (удовлетворительно) | |
| 0 – 40 баллов | неудовлетворительно | не зачтено |

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- интерактивная лекция;
- групповая дискуссия;
- мастер-классы специалистов и работодателей;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр рекламных материалов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
- технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых игр.

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения курсовой работы.

8. 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.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение *дисциплины* при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

| 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. |
|--|--|
| 115419, г. Москва, ул. Донская 39, строение 4, учебный корпусб | |
| аудитории для проведения занятий лекционного типа | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор; – экран |
| аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор; – экран |
| Помещения для самостоятельной работы обучающихся | Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся |
| читальный зал библиотеки: | – компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет» |

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

| Необходимое оборудование | Параметры | Технические требования |
|--|---------------------------------|--|
| Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет | Веб-браузер | Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3 |
| | Операционная система | Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux |
| | Веб-камера | 640x480, 15 кадров/с |
| | Микрофон | любой |
| | Динамики (колонки или наушники) | любые |
| | Сеть (интернет) | Постоянная скорость не менее 192 кБит/с |

Технологическое обеспечение реализации дисциплины осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. 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 | Количество экземпляров в библиотеке Университета |
|---|---|---|-------------------------------------|--|-------------|---|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9.1 Основная литература, в том числе электронные издания | | | | | | | |
| 1 | Касьянов, В. В. | Социология массовой коммуникации : учебник для вузов | Учебное пособие | М.: Юрайт | 2023 | https://urait.ru/bcode/509768 | - |
| 2 | Федотова, Л. Н. | Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов | | М.: Юрайт | 2023 | https://urait.ru/bcode/510820 | - |
| 3 | Гуревич, П. С. | Социология и психология рекламы в 2 т. Том 1 | Учебное пособие | Москва: Издательство Юрайт | 2019 | https://www.biblio-online.ru/bcode/442408 | - |
| 4 | Шарков Ф.И. | Коммуникология: социология массовой коммуникации | Учебное пособие | М.: Дашков и К | 2013 | http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394022500.html | - |
| 5 | Федотова, Л. Н. | Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для бакалавров | Учебное пособие | Москва: Издательство Юрайт | | https://www.biblio-online.ru/bcode/425831 | - |
| 9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания | | | | | | | |
| 1 | Е. А. Сергиенко, Н. Н. Таланова, Е. И. Лебедева | Телевизионная реклама и дети | Учебное пособие | М.: Издательство «Институт психологии РАН» | 2019 | http://www.iprbookshop.ru/88405.html | - |
| 2 | Кузнецов, Г. В. | Так работают журналисты ТВ: учебное пособие | Учебное пособие | М.: МГУ имени М.В. Ломоносова | 2004 | http://www.iprbookshop.ru/13114.html | - |
| 3 | Полуэхтова И.А. | Социология массовой | Учебное пособие | М.: Московский | 2012 | http://www.iprbookshop.ru/ | - |

| | | | | | | | |
|---|------------------|--|------------|---|------|---|---|
| | | коммуникации. Часть 1 | | гуманитарный университет | | 14530.html | |
| 4 | Головлева, Е. Л. | Реклама как механизм социокультурных изменений | монография | М.: Московский гуманитарный университет | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/74739.html | - |

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

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

Ресурсы электронной библиотеки

- **ЭБС Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»** <http://znanium.com/> (учебники и учебные пособия, монографии, сборники научных трудов, научная периодика, профильные журналы, справочники, энциклопедии);
Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <http://znanium.com/> (электронные ресурсы: монографии, учебные пособия, учебно-методическими материалы, выпущенными в Университете за последние 10 лет);
- **ООО «ИВИС»** <https://dlib.eastview.com> (электронные версии периодических изданий ООО «ИВИС»);
- **Web of Science** <http://webofknowledge.com/> (обширная международная универсальная реферативная база данных);
- **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);
- **«SpringerNature»** <http://www.springernature.com/gp/librarians> (международная издательская компания, специализирующаяся на издании академических журналов и книг по естественнонаучным направлениям);
- **Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU** <https://elibrary.ru> (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);
- **ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)** <http://нэб.рф/> (объединенные фонды публичных библиотек России федерального, регионального, муниципального уровня, библиотек научных и образовательных учреждений);
- **«НЭИКОН»** <http://www.neicon.ru/> (доступ к современной зарубежной и отечественной научной периодической информации по гуманитарным и естественным наукам в электронной форме);
- **«Polpred.com Обзор СМИ»** <http://www.polpred.com> (статьи, интервью и др. информгентств и деловой прессы за 15 лет).

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

- http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/;
- <http://www.scopus.com/>;
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp>;
- <http://www.garant.ru/>;
- <http://www.onestopenglish.com>
- <http://lessons.study.ru>
- <http://www.wikipedia.org>
- <http://www.idoceanline.com>
- <http://www.english.ru>
- <http://study-english.info>
- <http://oup.com/elt/result>

| № 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. | |

| Профессиональные базы данных, информационные справочные системы | |
|---|--|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |

11.2. Перечень программного обеспечения

1. Microsoft® Windows® XP Professional Russian Upgrade/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул E85-00638; № лицензия 18582213 от 30.12.2004 (бессрочная корпоративная академическая лицензия);
2. Microsoft® Office Professional Win 32 Russian License/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул 269-05620; лицензия №18582213 от 30.12.2004;
3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition, 250-499 Node 1 year Educational Renewal License лицензия №17EO-171228-092222-983-1666 от 28.12.2017;
4. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, артикул 79P-00039; лицензия №43021137 от 15.11.2007;
5. 1С: предприятие 8. Клиентская лицензия на 10 рабочих мест (программная защита). Правообладатель ООО «Бизнес и Технология», сублицензионный договор № 9770 от 22.06.2016.
6. Операционная система Linux. (свободно распространяемое программное обеспечение под Linux).
7. Microsoft Windows XP Professional Russian Upgrade, Software Assurance Pack Academic Open No Level, лицензия № 44892219 от 08.12.2008, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
8. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic Open No Level, лицензия 49413779, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
9. Dr. Web Desktop Security Suite, Антивирус + Центр управления на 12 мес., артикул LBWAC-12M-200-B1, договор с АО «СофтЛайн Трейд» № 219/17-КС от 13.12 2017;
10. Adobe Photoshop Extended CS5 12.0 WIN AOO License RU (65049824), 12 лицензий, WIN S/N 1330- 1002-8305-1567-5657-4784, Mac S/N 1330-0007-3057-0518-2393-8504, от 09.12.2010, (копия лицензии).
11. Adobe Illustrator CS5 15.0 WIN AOO License RU (65061595), 17 лицензий, WIN S/N 1034-1008-8644-9963-7815-0526, MAC S/N 1034- 0000-0738-3015-4154-4614 от 09.12.2010, (копия лицензии);
12. Adobe Reader (свободно распространяемое).
13. Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic Open No Level, артикул FQC-02306, лицензия № 46255382 от 11.12.2009, (копия лицензии);
14. Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic Open No Level, лицензия 47122150 от 30.06.2010, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
15. Система автоматизации библиотек ИРБИС64, договора на оказание услуг по поставке программного обеспечения №1/28-10-13 от 22.11.2013г.; №1/21-03-14 от 31.03.2014г. (копии договоров);
16. Google Chrome (свободно распространяемое).

| №п/п | Программное обеспечение | Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое |
|------|---|--|
| 1. | Windows 10 Pro, MS Office 2019 | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
| 2. | PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
| 3. | V-Ray для 3Ds Max | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
| 4. | | |
| 5. | | ... |

ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

| № пп | год обновления РПД | характер изменений/обновлений с указанием раздела | номер протокола и дата заседания кафедры |
|-------------|---------------------------|--|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |