

«СОЦИОЛОГИЯ ЦИФРОВЫХ МЕДИА»

Б1.В.ОД.2

Дисциплина «Социология цифровых медиа» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 39.04.01 «Социология», профиль подготовки «Социология массовых коммуникаций», квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Социология цифровых медиа» являются формирование у студентов комплекса представлений и профессиональных знаний о социальных последствиях трансформации медиа институтов и медиа потребления в условиях развития цифровых технологий, а также и цифровизации медиасреды.

Задача дисциплины: сформировать у студентов представления основных направлениях социологических исследований цифровых медиа, роли социологической информации в медиабизнесе и возможностях ее использования в профессиональной деятельности медиаменеджера.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Социология цифровых медиа» относится к дисциплинам по выбору вариативной части цикла «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Дисциплина «Социология цифровых медиа» связана с дисциплинами: «Социология телевидения», «Современные теории коммуникации», «Массовая культура».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Социология цифровых медиа», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательных программы 39.04.01 «Социология».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

ПК-2 - способность самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий;

ПК-3 - способность осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования;

ПК-8 - способность и готовность использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности;

ПК-10 - способность самостоятельно разрабатывать основанные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- современные теории и концепции, описывающие функционирование медиа в цифровую эпоху;
- особенности медиапотребления в цифровой среде;
- методы эмпирических исследований аудитории и контента в цифровой среде;
- технологии, методы, показатели прикладных индустриальных измерений аудитории СМИ в цифровую эпоху.

Уметь:

- разработать техническое задание на проведение социологического/маркетингового исследования, направленного на получение информации для принятия управленческого решения в медиа-бизнесе;
- интерпретировать результаты индустриальных медиаизмерений и других социологических исследований и использовать их для анализа положения СМИ на медиарынке, его рекламного потенциала, для анализа предпочтений целевой аудитории и программной политики СМИ;

Владеть:

- навыками применения социологических методов и инструментария сбора, обработки и анализа информации для решения функциональных задач медиаменеджера в цифровой среде.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.