

«СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Б1.Б.21

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», квалификации бакалавр, входит в базовую часть дисциплин блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины.

Освоение дисциплины «Социология массовой коммуникации» предполагает формирование у студентов системы теоретических и практических знаний о сущности и роли массовых коммуникаций в обществе, методах их социологического исследования с целью применения полученных знаний и навыков в профессиональной сфере и практической жизнедеятельности. Понимание закономерностей функционирования СМК, механизмов их воздействия на массовые аудитории и общественное мнение, выработка умений и навыков сбора и интерпретации социологических данных является необходимым условием их эффективной профессиональной деятельности.

2. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина Б1. Б. 21 – «Социология массовых коммуникаций» концептуально связана с дисциплиной «Социология», «Культурология». Освоение дисциплины «Социология массовой коммуникации» закладывает необходимые теоретико-методологические основы для эффективного освоения таких дисциплин, как «Теория и практика массовой информации». Представляет собой отраслевую социологию.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Социология массовых коммуникаций», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Реклама и связи с общественностью».

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

ОК-1 - способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;

ПК-10 - способность организовывать и проводить социологические исследования;

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- теоретико-методологических основы, категории и термины социологии массовой коммуникации;
- опыт зарубежной и отечественной социологии в изучении массовых коммуникаций;
- организацию и функционирование средств массовых коммуникаций в обществе, их роль и механизмах влияния на различные социальные институты, процессы, массовое сознание;
- становление, состояние и тенденции развития современных российских средств массовой коммуникации;

методики и технологии проведения эмпирических социологических исследований коммуникатора, аудитории, анализа содержания массовой коммуникации, общественного мнения;

Уметь:

- разрабатывать программы и инструментария социологического исследования коммуникатора, медиапотребления, анализа содержания, общественного мнения, рекламы;
- анализировать и интерпретировать данные социологических исследований в предметной области, представить основные результаты и выводы;
- использовать данные индустриальных прикладных медиаисследований (медиаизмерений) в профессиональной деятельности;
- измерять эффекты и эффективность коммуникации и учитывать в своей работе результаты, выявленные в социологических исследованиях;

Владеть:

- навыками применения теоретических положений и методологии социологического анализа массовых коммуникативных процессов для решения профессиональных задач;
- навыками применения социологических методов сбора, обработки и анализа эмпирических данных для решения профессиональных задач.
- навыками использования системы категорий и методов, необходимых для решения типовых задач в различных областях профессиональной практики .

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.