




**Негосударственное аккредитованное некоммерческое  
частное образовательное учреждение высшего образования  
«АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ»  
(г. Краснодар)**

**Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций**

Рассмотрено и одобрено на заседании  
кафедры Технологий сервиса и деловых  
коммуникаций Академии ИМСИТ,  
протокол №8 от 19 марта 2018 года,  
зав. кафедрой, доцент

  
\_\_\_\_\_  
Н.И. Севрюгина

**УТВЕРЖДЕНО**  
Научно-методическим советом академии  
протокол №8 от 16 апреля 2018 года  
**ДЛЯ**  
**ДОКУМЕНТОВ**  
Председатель НМС,  
проректор по учебной работе,  
профессор  
  
\_\_\_\_\_  
Н.Н. Павелко



**Б1.Б.21 «СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
по направлению подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль) программы  
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»  
Квалификация  
Бакалавр

Краснодар  
2018

<p><b>Цель и задачи изучения дисциплины:</b></p>	<p><b>Цели дисциплины:</b> является привитие студентам понимания места массовой коммуникации в обществе, её социальной организации и структуре, эффекте и механизмах воздействия, современных технологиях её социального регулирования, творческой свободе и социальной ответственности бакалавра, освоившего образовательную программу направления подготовки <b>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</b>, направленность (профиль) подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».</p> <p><b>Задачи дисциплины:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– раскрыть процесс возникновения массовых коммуникаций в обществе;</li> <li>– определить место и роль коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости социума;</li> <li>– сформулировать социально-нормативные принципы функционирования масс-медиа в современном обществе;</li> <li>– изучить структуру процесса массовой коммуникации (коммуникатора, аудитории, массовой информации);</li> <li>– рассмотреть структуру и специфические особенности коммуникатора как объекта социологического исследования, а также методологические характеристики таких исследований;</li> </ul> <p>подготовить обучающихся к успешному освоению основной профессиональной образовательной программы направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».</p>
<p><b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</b></p>	<p>Тема 1. Возникновение массовых коммуникаций в обществе Тема 2. Принципы и теории функционирования средств массовой информации Тема 3. Формирование социологии массовой коммуникации Тема 4. Новейший этап исследований СМК Тема 5. Деятельность СМИ как реализация интересов социальных субъектов Тема 6. Социологические исследования коммуникатора Тема 7. Анализ содержания массовой коммуникации Тема 8. Социологические исследования аудитории СМИ</p>
<p><b>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:</b></p>	<p>способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6) умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4) способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)</p>

	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)
<b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– терминологию и свободно владеть понятийным аппаратом учебной дисциплины;</li> <li>– труды зарубежных и отечественных исследователей, посвященных проблемам социологии массовой коммуникации;</li> <li>– классификацию существующих теорий и концепций массовой коммуникации с разных научных позиций;</li> <li>– теорию и типологию средств массовой информации, специфику масс-медиа России, психологию восприятия массовой аудитории;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать знания в области теорий массовой коммуникации в научно-исследовательской и профессиональной деятельности;</li> <li>– проводить сравнительный анализ современных теорий массовых коммуникаций;</li> <li>– пользоваться достижениями современной техники и технологиями при изучении дисциплины;</li> <li>– разбираться в мировых тенденциях развития современных теорий и практик массовой коммуникации;</li> <li>– ориентироваться в современном информационном пространстве, учитывать потребности разных аудиторий;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– эмпирическими методами изучения социальных коммуникаций и содержания сообщений массовой коммуникации;</li> <li>– высокой информационной культурой личности;</li> <li>– анализом социально-коммуникативных ситуаций в рамках социологии массовой коммуникации;</li> <li>– способностью организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации;</li> <li>– навыками научно-критического анализа ситуации, функционирования массовой коммуникации и практической деятельности.</li> </ul>
<b>Формы проведения занятий, образовательные технологии:</b>	<p>Лекционные занятия: проблемные лекции, лекция – визуализация, лекция-беседа, лекция - анализ ситуаций.</p> <p>Практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, метод «круглого стола», метод «коллективной мыслительной деятельности», методы анализа проблемных ситуаций, логико- методологическое проектирование, решение задач.</p>
<b>Используемые инструментальные и</b>	Средства проекции (презентации), программированного контроля (тестирования)

<b>программные средства:</b>	
<b>Формы промежуточного контроля:</b>	Текущие оценки знаний, тестирование, доклады, самостоятельные работы
<b>Общая трудоемкость изучения дисциплины:</b>	144ч./4 з.е.
<b>Форма итогового контроля знаний:</b>	Экзамен