МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ)

Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программа бакалавриата
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Социология массовой коммуникации

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 9925
Подписал: заведующий кафедрой Быков Михаил Юрьевич
Дата: 30.05.2024

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Курс предполагает ознакомление с основами практики деловых отношений, современных идей и технологий в области связей с общественностью, маркетинговых коммуникаций, современных творческих, инициативных целей в профессиональной деятельности.

Цель курса заключается в том, чтобы дать возможность студентам, обучающимся по направлению «Реклама и связи с общественностью»,

-овладеть комплексом современных знаний, умений и навыков, необходимых для обеспечения деятельности в сфере связей с общественностью;

-дать студентам глубокие и систематизированные знания об этапах организации PR-мероприятий на госслужбе;

-оказать позитивное воздействие на формирование ценностных ориентаций, необходимых для использования в предстоящей профессиональной деятельности.

Задачи курса состоят в том, чтобы на основе комплексного подхода при анализе изменений, происходящих в сфере управления человеческими ресурсами, дать студентам системное научно-практическое представление о связях с общественностью в органах власти.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ОПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;

ОПК-7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Уметь:

• Создавать медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков

• Использовать различные каналы и форматы для распространения медиаконтента

• Анализировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности

• Оценивать медиапродукцию с точки зрения социальной ответственности

• Понимать и уважать культурные различия

• Эффективно общаться с представителями разных культур

Знать:

• Нормы русского и иностранного языков

• Основы медиапроизводства и коммуникационных технологий

• Этические и правовые нормы профессиональной деятельности

• Принципы социальной ответственности и медиаэтики

• Основы культурологии и межкультурной коммуникации

• Исторические и социальные факторы формирования культурной идентичности

Владеть:

• Навыками написания текстов различных жанров и стилей

• Знаниями о принципах создания и продвижения медиаконтента

• Навыками самоанализа и рефлексии

• Знаниями об этических кодексах и стандартах в медиасфере

• Навыками межкультурной коммуникации

• Знаниями о культурных традициях и обычаях разных народов

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Семестр №3
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	48	48

В том числе:		
Занятия лекционного типа	16	16
Занятия семинарского типа	32	32

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 96 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Объект и предмет социологии массовой коммуникации. Рассматриваемые вопросы: - Основной категориально-понятийный аппарат. - Предметное поле социологии массовой коммуникации. Информационная и коммуникативная потребность человека и общества. - Эволюция дефиниций информации и коммуникации. Социальная коммуникация. Средства массовой информации и средства массовой коммуникации.
2	Моделирование социальной коммуникации Рассматриваемые вопросы: - Общее представление о моделировании: определения, функции. Линейная трансмиссионная модель коммуникации. - Достоинства и ограничения моделей коммуникации. Интерпретационный подход к коммуникации в герменевтике и семиосоциопсихологии. - Структурные элементы социальной коммуникации.
3	Массовая коммуникация как тип социальной коммуникации Рассматриваемые вопросы: - Типология социальной коммуникации по различным основаниям: направленность потока информации, опосредованность, организованность, открытость, характер взаимодействия между коммуникантами, социально-профессиональная ориентированность, социально обусловленная масштабность общения.
4	Информационно-коммуникационные технологии и типология медиа Рассматриваемые вопросы:

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	- Понятие технологии. Эволюция общества и информационно-коммуникационных технологий. - Устная обработка информации, письменная, печатная, обработка средствами массовой информации, цифровая обработка информации. Дигитизация и дигитализация. - Средства массовой информации, средства массового воздействия, технические средства.
5	Массовая коммуникация как социальный институт Рассматриваемые вопросы: - Понятие социального института как базовое понятие социологии. Институциональные составляющие массовой коммуникации. - Роль СМК в удовлетворении общественных потребностей в информации и коммуникации. - Система статусов и ролей в массовой коммуникации. Материально-техническая база, организации массовой коммуникации.
6	Коммуникаторы как структурный элемент системы массовой коммуникации Рассматриваемые вопросы: - Интересы акторов и их реализация в массовой коммуникации. СМК и власть. Концепция социальной ответственности У.Шрамма. Авторитарная и либертарианская теории прессы. - Взаимоотношения СМК с государством. Законодательная, судебная, исполнительная власть и СМК. Информационно-коммуникационная политика государства.
7	Медиаконтент. Массовая информация Рассматриваемые вопросы: - Информационная функция массовой коммуникации. Дисфункции массовой коммуникации и их социальные последствия. - Параметры массовой информации. Социологические доминанты коммуникации. Социальные функции стереотипов. - Формирование этнокультурных стереотипов в массовой коммуникации. Медиаконтент как текст
8	Каналы массовой коммуникации Рассматриваемые вопросы: - Понятие канала массовой коммуникации. - Модальности коммуникативных каналов. Научные школы исследований медиа и их теоретико-методологические особенности. - Теории медиа и общества. Медиа-социология как новая отрасль социологии. Компьютерно-опосредованная коммуникация.
9	Аудитория медиа. Методы исследования аудитории. Рассматриваемые вопросы: - Определение аудитории. Потенциальная и реальная аудитория медиа. Целевая и лояльная аудитория СМК. - Качественные и количественные исследования аудитории. - Методы сбора информации для исследования аудитории прессы, радио, телевидения, Интернета. Крупные отечественные проекты исследования аудитории.
10	Тенденции современного медиапотребления Рассматриваемые вопросы: - Понятие медиапотребления. - Экономические, социально-демографические, территориальные, психологические, когнитивные факторы медиапотребления. - Современные черты медиапотребления и их индикаторы. Социальная база информационного неравенства. Телесмотрение как современная социально-коммуникативная практика.
11	Эффекты массовой коммуникации Рассматриваемые вопросы: - Понятия эффекта и эффективности коммуникации. - Исторические этапы концептуального осмысления степени воздействия массовой коммуникации на массовое сознание.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	- Факторы воздействия СМК на аудиторию. Когнитивные, аффективные, поведенческие эффекты массовой коммуникации. Бихевиористские взгляды на проблему.
12	Современные проблемы социологии подсистем массовой коммуникации Рассматриваемые вопросы: - Социология подсистем маркетинговой коммуникации. - Специфика коммуникативных подсистем рекламы и связей с общественностью. Медиакоммуникация в организациях. - Массовая коммуникация в политической сфере общества. Научная коммуникация и СМК. Массовая коммуникация в сфере культуры.
13	Синергетический эффект подсистем медиакоммуникации в воздействии на массовое сознание. Рассматриваемые вопросы: - Социология кино. Социология фотографии. Социология музыки. Архитектура как вид массовой коммуникации. - Массовая коммуникация в социальной сфере. Массовая коммуникация и здравоохранение. Взаимосвязь подсистем массовой коммуникации.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Социальная коммуникация. В результате работы на практическом занятии студент изучил средства массовой информации и средства массовой коммуникации.
2	Структурные элементы социальной коммуникации. В результате работы на практическом занятии студент изучил применение моделей для анализа массовой коммуникации.
3	Дефиниции массовой коммуникации. В результате работы на практическом занятии студент изучил структурные элементы массовой коммуникации.
4	Дигитизация и дигитализация. В результате работы на практическом занятии студент изучил средства массовой информации, средства массового воздействия, технические средства.
5	Современное мобильное общество В результате работы на практическом занятии студент изучил социологию интернета.
6	Социальные, культурные, экономические проявления глобализации. В результате работы на практическом занятии студент изучил транснациональные компании как новые акторы глобализирующегося общества.
7	Уровневая структура глобального медиапространства. В результате работы на практическом занятии студент изучил формирование глобального информационно-коммуникативного пространства.
8	Система статусов и ролей в массовой коммуникации. В результате работы на практическом занятии студент изучил материально-техническую базу, организацию массовой коммуникации.
9	Реализация функции социального контроля. В результате работы на практическом занятии студент изучил историю понятия, структуру и характеристику общественного мнения.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
10	Взаимосвязь социального института массовой коммуникации с другими социальными институтами. В результате работы на практическом занятии студент изучил взаимоотношения СМК с государством.
11	Социально-коммуникативная деятельность представителей бизнеса. В результате работы на практическом занятии студент изучил социально-коммуникативную деятельность представителей бизнеса
12	Социологические доминанты коммуникации. В результате работы на практическом занятии студент изучил социологические доминанты коммуникации

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Выполнение рефератов с презентацией
2	Подготовка к практическим занятиям
3	Работа с лекционным материалом
4	Работа с литературой
5	Подготовка к промежуточной аттестации.
6	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. — М.: Либроком, 2022. Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 148 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08997-4.	// Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/493876 (дата обращения: 24.04.2023). Текст : электронный
2	Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика. – М.: Юрайт, 2022. (Серия: Бакалавр. Академический курс). Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 480 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12208-4.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/490416 (дата обращения: 24.04.2023). Текст : электронный

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (https://www.miit.ru/).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (http:/library.miit.ru).

Образовательная платформа «Юрайт» (https://urait.ru/).

Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс» (https://www.consultant.ru/), «Гарант» (https://www.garant.ru/).

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (http://e.lanbook.com/).

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Яндекс браузер

Операционная система Microsoft Windows.

Microsoft Office.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения лекционных занятий не требуется аудитория, оснащенная техническими средствами. А для практических занятий необходима аудитория, оснащенная мультимедиа аппаратурой (лекция – обычная аудитория, практика – мультимедиа).

9. Форма промежуточной аттестации:

Экзамен в 3 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, доцент, к.н. кафедры
«Психология, социология,
государственное и муниципальное
управление» И.Н. Юсупова

Согласовано:

и.о. заведующего кафедрой ЭУТ М.Г. Данилина

Заведующий кафедрой ПСГМ М.Ю. Быков

Председатель учебно-методической
комиссии М.В. Ишханян