

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Липецкий государственный педагогический университет»**

Основная образовательная программа

Направление подготовки: 39.03.01

Профиль: Социология организаций и управление

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Срок обучения: 4 года (лет)

Год утверждения: 2014 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Социология СМИ

1. Цель дисциплины: изучение студентами реального функционирования института СМИ в современном социуме, социологических методов исследования коммуникационной деятельности, и, в координации с другими дисциплинами специализации в области связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по данному направлению обучения.

2. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций:

Коды	Содержание компетенций
ПК-14	способностью обосновать практическую целесообразность исследований, направленных на изучение различного рода социальных явлений, планировать и осуществлять исследование общественного мнения с использованием методов сбора и анализа социологической информации

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- особенности проведения социологических исследований в сфере связей с общественностью, организовывать и проводить научные исследования в области PR, рекламы, политического маркетинга,
- современное состояние и тенденции развития массовой коммуникации как социокультурного явления;
- иметь навыки по оценке эффективности PR- посланий, имиджа, рекламных сообщений,
- основные принципы и подходы в изучении аудиторий и рейтингов популярности СМИ

уметь

- использовать социологические и психологические способы изучения механизмов восприятия сообщений массовой коммуникации,
- эффективно использовать методику и технику проведения количественных и качественных социологических исследований в рамках подготовки, проведения и оценки PR и рекламных кампаний,
- использовать данные исследовательских кампаний в практической работе и оценивать качество информации, служащей базой для определения рейтингов

владеть

- компьютерными методами сбора, обработки и хранения информации, в т.ч. использовать специализированные математические программы по обработке социологической информации,

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов).

5. Семестры:

Семестр	Трудоемкость								Контроль		
	ЗЕТ	Часов всего	Аудиторная работа	Лекции	Семинары/практика	Лабораторные занятия	Индивидуальные занятия	Самостоятельная работа	Контрольные работы	Зачеты, экзамены*	Курсовые работы
7	3	108	54	18	36			54	1	3	

* З – зачет, О – зачет с оценкой, Э - экзамен

6. Основные разделы дисциплины:

1. Социология массовых коммуникаций как научная дисциплина
2. Историческая эволюция массовых коммуникаций
3. История и современное состояние СМК в России
4. История изучения массовой коммуникации: ранние подходы к изучению массовой коммуникации
5. Современные подходы к изучению массовой коммуникации
6. Массовая коммуникация как социальная подсистема
7. Средства массовой коммуникации и государственная власть: модели взаимодействия и реальная практика
8. Средства массовой информации, общественное мнение и социальные проблемы
9. Механизмы и эффекты воздействия СМК на целевые аудитории
10. СМК в информационном обществе и процессы глобализации
11. PR-деятельность в пространстве массовой коммуникации
12. Реклама в средствах массовой информации
13. Социологические методы исследования массовой коммуникации

7. Автор(ы) (ФИО, ученая степень, должность):

к.п.н., доцент, Кузьмина Ю.В.