

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Липецкий государственный педагогический университет имени
П.П. Семенова-Тян-Шанского»**

Основная образовательная программа

Направление: 39.03.01. Социология

Профиль: Социология организации и управления

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Срок обучения: 4 года

Год утверждения: 2016 г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Социология СМИ**

1. Цель освоения дисциплины

Цель курса - данного курса является 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 ОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору.

Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента не предусматриваются. Курс является предшествующим для таких дисциплин, как «Социология рекламы», «Социологические методы в маркетинговых исследованиях», «Социология коммуникаций», «Социологическое обеспечение управленческих решений» и др. Дисциплина реализуется в рамках базовой части.

3. Компетенции обучающихся, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенций	Результаты освоения ОП (Содержание компетенций)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-11	способностью использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп	знать: современное состояние и развитие рекламы как социального института; основные принципы и подходы в изучении аудитории рекламы; особенности проведения рекламных и маркетинговых исследований; уметь: уметь выбирать адекватные методы для анализа СМИ; свободно ориентироваться в основных подходах к изучению СМИ; ориентироваться в последних тенденциях развития СМК в России; владеть: навыками анализа

		информационного рекламного рынка; методами изучения аудитории рекламы; навыками сбора и анализа социологической информации в процессе принятия рекламных решений
--	--	--

4. Объём дисциплины по видам учебных занятий

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

В том числе контактная работа 54 час. Из них: самостоятельная работа: 54 ч.

5. Семестры:

Семестр	Трудоемкость											Контроль			
	Зач. ед.	Часов всего	Контактная работа	Лекции		Практ. групп. и семинары		Практ. мал. гр. и лаб. занятия		Индивид. занятия		Самостоятельная работа	Контрольные работы	Зачет, зачет с оценкой, экзамен	Курсовые работы
				Ауд.	КСР	Ауд.	КСР	Ауд.	КСР	Ауд.	КСР				
7	3	108	54	18		36						54		3	

* 3 – зачет, 0 – 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

7. Автор: к.п.н., доцент Е.Е. Кузьмина