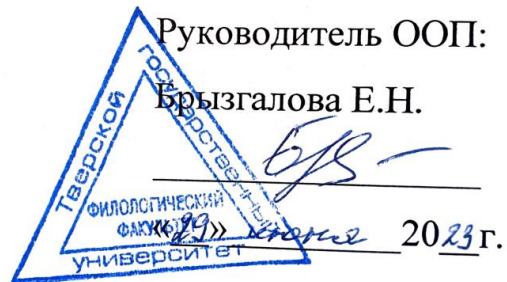


Документ подписан простой электронной подписью
[Введите текст]
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 03.10.2023 15:25:08
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e97514e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП:
Брызгалова Е.Н.



АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
Социология массовых коммуникаций

Направление подготовки

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 3 курса очной формы обучения

Составитель: к.и.н., доцент кафедры социологии Парахонская Г.А.

Тверь, 2023

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – изучение студентами реального функционирования института СМК в современном социуме, социологических методов изучения этой деятельности, и, в связке с другими дисциплинами специализации в области связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по данному направлению обучения. Изучение основных представлений о функционировании массовой коммуникации в обществе

Задачами освоения дисциплины являются:

- получение системного комплекса знаний о существовании в современном обществе информационной индустрии как социального института
- формирование представления о массовых коммуникациях как социальном институте, развитие которого тесно связано с развитием человеческой цивилизации, в частности, со сменой основных социально-политических и экономических укладов, с технологическими и техническими революциями
- понимание социологического подхода к деятельности СМК, как системы реально функционирующей в широком социальном контексте, включающим исторические модели организации СМК в национальных границах
- знакомство с социологическими методами, с помощью которых можно получить представление о качественных и количественных характеристиках основных звеньев коммуникативной цепи
- изучение зависимостей между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и деятельностью в сфере связей с общественностью
- рассмотрение места социологических знаний об СМК в процессе принятия решения в сфере деятельности по связям с общественностью
- изучение влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Учебная дисциплина «Социология массовых коммуникаций» входит в обязательную часть дисциплин учебного плана.

Содержательно учебная дисциплина тесно связана с дисциплинами профессионального цикла («Основы теории коммуникации», «Теория и практика PR»), закладывает основы знания для освоения дисциплин вариативной части профессионального цикла («Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью») и производственной практикой.

[Введите текст]

Требования к «входным» знаниям и умениям обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

- знать основные категории теории коммуникации;
- уметь анализировать тексты.

Дисциплины, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

- Политические коммуникации;
- Технологии управления общественным мнением.

3. Объем дисциплины: 4 зачетных единицы, 144 академических часа, в том числе:
контактная аудиторная работа: лекции 34 часа, практические занятия 17 часов;
самостоятельная работа: 66 часов,
контроль: 27 часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Анализирует систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Применяет цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

[Введите текст]

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения экзамен в пятом семестре.

6. Язык преподавания русский.