

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СЕВЕРО-ВОСТОЧНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ
Декан социально-гуманитарного
факультета
Ю.Е.Якунина

« 04 » мая 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
(с изменениями и дополнениями от 2017 г.)

Б1.В.ОД.11 «Социология коммуникаций»

Направление подготовки

39.03.01 «Социология»

Профиль подготовки

«Социология маркетинга и рекламы»

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Магадан, 2018 г.

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры социологии и философии, протокол от «22» сентября 2017 г. № 1.

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целями освоения дисциплины «Социология коммуникаций» являются анализ сущности коммуникативной деятельности в обществе, формирование более глубокого понимания коммуникации как социального процесса, обеспечивающего функционирование и развитие социальной системы на макро и микроуровне.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина Б1.В.ОД.11 «Социология коммуникаций» относится к циклу Б1, является базовой в подготовке бакалавра социолога по ОПОП направления подготовки 39.03.01 «Социология», профиль подготовки «Социология маркетинга и рекламы», входит в состав базовых учебных программ профессионального цикла и изучается наряду с такими дисциплинами, как «Социология личности», «Социология организаций», «Социология семьи» и пр. Наиболее близко в содержательном аспекте «Социология коммуникаций» связана с такими социологическими отраслевыми теориями, как «Социология общественного мнения», «Социология духовной жизни», «Социология культуры». Для того, чтобы иметь возможность рассуждать о коммуникационной деятельности в обществе студент должен усвоить базовые социологические категории, иметь представления об основных научных идеях и теоретических концепциях, а также уметь использовать полученные знания в практике конкретных эмпирических исследований.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

- *Знать:* исторические предпосылки возникновения, механизмы развития и функционирования каналов коммуникации, выделения социологии коммуникаций в специальную отрасль научного знания;

- *Уметь:* анализировать современные процессы, происходящие в сфере коммуникаций в регионе, России, других странах;

- *Владеть:* социологическими методами анализа массовой коммуникации.

Дисциплина «Социология коммуникаций» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 «Социология», профилю подготовки «Социология маркетинга и рекламы»

а) общекультурных компетенций (ОК):

- способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

б) общепрофессиональные (ОПК):

- информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);

- способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы с беспристрастностью и научной объективностью (ОПК-3);

- способность применять в профессиональной деятельности базовые и профессионально-профилированные знания и навыки по основам социологической теории (ОПК-5);

в) профессиональные (ПК)

- способность использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук в аналитической работе, консультировании и экспертизе в рамках (ПК-10);

- способность использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов (ПК-11);

- способность разрабатывать основанные на результатах проведенных исследований предложения и рекомендации по решению социальных проблем, по согласованию интересов социальных групп и общностей (ПК-12).

4. Структура и содержание учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, в объеме 180 часов. Формы промежуточного контроля по семестрам: в 3-м семестре – контрольная работа, экзамен.

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплинам (модулям) включает в себя занятия лекционного типа, семинарского типа, консультации и прием экзаменов.

Объем (в часах) контактной работы занятий лекционного типа, семинарского типа определяется расчетом аудиторной учебной нагрузки по данной дисциплине и составляет 60 часов.

Контактная работа при проведении промежуточной аттестации включает в себя групповую консультацию обучающихся перед экзаменом, индивидуальную сдачу экзамена. Объем (в часах) групповой консультации обучающихся перед экзаменом определяется нормами времени для расчета объема учебной нагрузки, выполняемой профессорско-преподавательским составом, и составляет 2 часа на группу.

Объем (в часах) для индивидуальной сдачи экзамена определяется нормами времени для расчета объема учебной нагрузки, выполняемой профессорско-преподавательским составом, и составляет 0,5 часа на одного обучающегося.

Виды учебной работы: лекции, семинарские занятия.

Формы промежуточного контроля по семестрам: в 3-м семестре – контрольная работа, экзамен.

Наименование модулей, тем	Количество часов				Общая трудоем. с учетом зачетов и экзаменов (час/кредит)
	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	
	Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия		
2	3	4	5	6	7
3-й семестр	20	40		84	180/5
1 модуль: «Коммуникация и общество»	4	8		20	
Тема 1. Роль коммуникации в обществе	1	2		5	
Тема 2. Виды и каналы коммуникаций	1	2		5	
Тема 3. Социология коммуникаций как отраслевая социологическая дисциплина	1	2		5	
Тема 4. Традиция исследования коммуникаций в разных социологических теориях	1	2		5	
2 модуль: «Коммуникационные институты общества»	5	10		25	
Тема 5. Основные коммуникационные институты общества	1	2		5	
Тема 6. СМИ как социальный институт	1	2		5	
Тема 7. Нормативные модели функционирования СМИ в обществе	1	2		5	
Тема 8. Эффекты массовой коммуникации	1	2		5	

Тема 9. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации	1	2		5
3 модуль: «Тенденции развития СМИ в современных обществах»	3	12		15
Тема 10. Развитие института СМИ в различных странах мира: сравнительный анализ	1	4		5
Тема 11. Массовая коммуникация и мировые информационные процессы	1	4		5
Тема 12. Журналистика как вид социальной практики и профессия.	1	4		5
4 модуль: «Тенденции развития СМК»	8	10		24
Тема 13. Каналы неформальной коммуникации: слухи, сплетни	2	2		4
Тема 14. Новые тенденции в развитии СМК	2	2		4
Тема 15. Интернет как вид СМК		2		4
Тема 16. Функции и дисфункции мобильной связи в современном обществе	2	2		4
Тема 17. Прикладные исследования современной коммуникационной деятельности в обществе	2	2		4
ИТОГО:				4
ВСЕГО по учебному плану аудиторные+сам. работа+контроль (экзамен)	20	40		84
				180/5

5. Образовательные технологии

Таблица 2

Наименование тем	Образовательные технологии, используемые в рамках учебных занятий
Тема 1. Роль коммуникации в обществе	Технологии развития критического мышления. Сравнение различных моделей, анализ конкретных случаев и пр.
Тема 2. Виды и каналы коммуникаций	Технологии развития критического мышления. Сравнение различных моделей, анализ конкретных случаев и пр.
Тема 3. Социология коммуникаций как отраслевая социологическая дисциплина	Технологии развития критического мышления. Сравнение различных моделей, анализ конкретных случаев и пр.
Тема 4. Традиция исследования коммуникаций в разных социологических теориях	Круглый стол, групповая дискуссия, обсуждения основных периодов развития СМК
Тема 5. Основные коммуникационные институты общества	Технологии развития критического мышления. Сравнение различных моделей, анализ конкретных случаев и пр.
Тема 6. СМИ как социальный институт	Технологии развития критического мышления. Сравнение различных моделей, анализ конкретных случаев и пр.
Тема 7. Нормативные модели функционирования СМИ в обществе	Технологии развития критического мышления. Сравнение различных моделей, анализ конкретных случаев и пр.
Тема 8. Эффекты массовой коммуникации	Технологии развития критического мышления.

	Сравнение различных моделей, анализ конкретных случаев и пр.
Тема 9. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации	Технологии проектного обучения. Проект «Исследование рекламных образов в СМИ методами семиотической теории коммуникаций»
Тема 10. Развитие института СМИ в различных странах мира: сравнительный анализ	Круглый стол, групповая дискуссия, обсуждения основных тенденций развития СМИ
Тема 11. Массовая коммуникация и мировые информационные процессы	Круглый стол, групповая дискуссия, обсуждения основных тенденций развития СМИ
Тема 12. Журналистика как вид социальной практики и профессия.	Круглый стол, групповая дискуссия, обсуждения основных форм СМИ
Тема 13. Каналы неформальной коммуникации: слухи, сплетни	Технологии проблемного обучения. Обсуждения проблемы «Социальная природа слухов, их значение в обществе»
Тема 14. Новые тенденции в развитии СМИ	Круглый стол, групповая дискуссия, обсуждения основных форм СМИ
Тема 15. Интернет как вид СМИ	Дебаты «За» и «Против» (Являются ли Интернет СМИ?)
Тема 16. Функции и дисфункции мобильной связи в современном обществе	Дебаты «За» и «Против» («Вред» и «польза» мобильной связи в обществе?)
Тема 17. Прикладные исследования современной коммуникационной деятельности в обществе	Технологии проектного обучения. Проект «Исследование современных форм СМИ»

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы студентов.

1. Грушин Б.А. Массовое сознание. М., 1987.
2. Терин В. Массовая коммуникация: исследование опыта Запада. – М., 2000.
3. Федотова Л. Социология рекламной деятельности. – М., 2000
4. Массовая информация и коммуникация в современном мире. - М., 1989.
5. Кохтев Н. Реклама: искусство слова. – М., 1997.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. – М, 2010.
2. Иванов Д. В. Виртуализация общества: Версия 2.0. - СПб, 2002.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. – М., 2000.
4. Касьянов В. В. Социология массовых коммуникаций. – Ростов н/Дону, 2009.
5. Науменко Т. В. Социология массовых коммуникаций. – М, 2006.
6. Федотова Л.. Социология массовой коммуникации: теория и практика. – М., 1993.
7. Шарков Ф.И., Родионов А.А. Социология массовой коммуникации. – М., 2002.

б) дополнительная литература

1. Антипов В.А. Социальные аспекты массовых коммуникаций. – М., 2009.
2. Архипова Л.В. Образ женщины в виртуальной реальности. – М., 2005.
3. Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Смыслова О.В. Интернет: воздействие на личность. – М., 2011.

4. Богомолова Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. – М., 1991.
5. Бойко О.В. Репрезентация социальных проблем в российской прессе 90-х годов // Социологические исследования. 2002. № 8. .
6. Грушин Б. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. – М., 1979.
7. Дридзе Т. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. – М., 1984.
8. Егоров В.В. Телевидение и власть. - М., 1997.
9. Картер Г. Эффективная реклама. – М., 1998.
10. Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации. - М., 2007.
11. Коробейников В. Редакция и аудитория. Социологический анализ. – М., 1983.
12. Коротникова Н.В. Интернет как средство производства сетевых коммуникаций в условиях виртуализации общества // Социологические исследования. 2007. № 2.
13. Кретов Б.Е. Средства массовой коммуникации – элемент политической системы общества // Социально-гуманитарные знания. 2000. №1.
14. Мельник Г.С. Mass-media – психологические процессы и аффекты. - СПб., 1996.
15. Мицкевич Э. Средства массовой информации в период перестройки // Социологические исследования. 1990. № 11.
16. Основы теории коммуникации. / под ред. проф. М.А.Василика. – М., 2003.
17. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001.
18. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. М., 1990.
19. Система средств массовой информации в России. Учебное пособие для вузов/ Под ред. Я. Засурского. – М., 2001.
20. Смирнова М. Социологические исследования печати, радио и телевидения в развитых капиталистических странах/ Учебное пособие для вузов. – М., 1984.
21. Федотова Л. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. – М., 2001.
22. Фирсов Б. Пути развития средств массовой коммуникации. – Л., 1977.
23. Шариков А.В. Парадигмальные трансформации отечественного телевидения // Социологические исследования. 2006. № 10.
24. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. – М., 2003

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Используются стандартно оборудованные учебные аудитории. Специальное оборудование: мультимедийные средства, компьютеры в аудиториях №1304 (кабинет кафедры социологии и философии), №1215 (учебное помещение кафедры социологии и философии).

Перечень материально-технических средств учебного помещения для проведения лекционных и практических (семинарских) занятий:

1. Компьютеры персональные фирмы FLATRON AL1716 – 5 шт.
2. Системные блоки (процессоры) Velton – 5 шт.
3. Мультимедийный (портативный) переносной проектор фирмы ACER XD1170D ZOOM – 1 шт.
4. Передвижной столик для установки видеопроектора – 1 шт.
5. Мультимедийный проектор-экран (полотно 2×3 м) – 1 шт.
6. Плазменный телевизор LG с жидкокристаллическим экраном – 1 шт.
7. Сидячие рабочие места – 35 стульев;
8. Парты – 18 шт., дополнительно 5 парт (предназначены под ПК).
9. Информационные стенды – 3 шт.
10. Звуковые колонки – 2 штуки фирмы Genius.
11. Принтеры фирмы:

- Canon I-Sensys LBP6000 – 1 шт.
 - ML-1520P Samsung – лазерный принтер.
 - Canon MX410 – цветной принтер – 1 шт.
12. Мониторы стационарные фирмы:
- FLATRON W 1942 – 1 шт.;
 - BENQ G2225 HD – 1 шт.
13. Системный блок (процессор) DEPO – 1 шт.
14. Сетевое оборудование для организации работы в компьютерном классе.
15. Соответствующее лицензионное программное обеспечение, учитывающее специфику базовых и вариативных дисциплин специализации кафедры.

9. РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ (Ф СВГУ 7.3 – 08 Рейтинг-план)**Б1.В.ОД.11 «Социология коммуникаций»**

Факультет: социально-гуманитарный факультет

Курс 2 группа: СМиР семестр 3 201_/201_ учебного года

Преподаватель: Чепенко Людмила Васильевна

Кафедра: социологии и философии

Аттестационный период	Номер модуля	Название модуля	Виды работ, подлежащие оценке	Количество баллов
1	1	Коммуникация и общество	1. Посещение семинарских и лекционных занятий (за каждое занятие) 2. Активность на семинарских и лекционных занятиях (значимые дополнения, ответы на вопросы преподавателя, выполнение инициативных заданий) (за каждое занятие) 3. Практическое задание по темам модуля (за каждое самостоятельно и правильно выполненное задание) 4. Доклад на семинарском занятии (при наличии конспекта) (за каждое занятие) 5. Доклад на семинарском занятии (без конспекта) (за каждое занятие) За несвоевременное выполнение заданий – снимается ½ от максимального количества баллов	1 б. 10 б. 20 б. 15 б. 5 б.
2	2	Коммуникационные институты общества	1. Посещение семинарских и лекционных занятий (за каждое занятие) 2. Активность на семинарских и лекционных занятиях (значимые дополнения, ответы на вопросы преподавателя, выполнение инициативных заданий) (за каждое занятие) 3. Практическое задание по темам модуля (за каждое самостоятельно и правильно выполненное задание) 4. Доклад на семинарском занятии (при наличии конспекта) (за каждое занятие) 5. Доклад на семинарском занятии (без конспекта) (за каждое занятие) За несвоевременное выполнение заданий – снимается ½ от максимального количества баллов	1 б. 10 б. 20 б. 15 б. 5 б.

3	3	Тенденции развития СМИ в современных обществах	1. Посещение семинарских и лекционных занятий (за каждое занятие) 2. Активность на семинарских и лекционных занятиях (значимые дополнения, ответы на вопросы преподавателя, выполнение инициативных заданий) (за каждое занятие) 3. Практическое задание по темам модуля (за каждое самостоятельно и правильно выполненное задание) 4. Доклад на семинарском занятии (при наличии конспекта) (за каждое занятие) 5. Доклад на семинарском занятии (без конспекта) (за каждое занятие) За несвоевременное выполнение заданий – снимается ½ от максимального количества баллов	1 б. 10 б. 20 б. 15 б. 5 б.
	4	Тенденции развития СМИ	1. Посещение семинарских и лекционных занятий (за каждое занятие) 2. Активность на семинарских и лекционных занятиях (значимые дополнения, ответы на вопросы преподавателя, выполнение инициативных заданий) (за каждое занятие) 3. Практическое задание по темам модуля (за каждое самостоятельно и правильно выполненное задание) 4. Доклад на семинарском занятии (при наличии конспекта) (за каждое занятие) 5. Доклад на семинарском занятии (без конспекта) (за каждое занятие) За несвоевременное выполнение заданий – снимается ½ от максимального количества баллов	1 б. 10 б. 20 б. 15 б. 5 б.
			Итоговый контроль	100

Рейтинг план выдан _____
(дата, подпись преподавателя)

Рейтинг план получен _____
(дата, подпись старосты группы)

10. **Протокол согласования программы с другими дисциплинами направления (специальности) подготовки.** - Не предусмотрено

Лист изменений и дополнений на 20___/20___ учебный год

в рабочую программу учебной дисциплины

Б1.В.ОД.11 «Социология коммуникаций»

Направление подготовки

39.03.01 «Социология»

Профиль

«Социология маркетинга и рекламы»

1. В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

2. В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие дополнения:

Автор(ы): _____

Ф.И.О., степень, звание, должность (полностью), подпись, дата

Рабочая программа учебной дисциплины пересмотрена и одобрена на заседании кафедры социологии и философии _____

дата, номер протокола заседания кафедры

Заведующий кафедрой социологии и философии:

Ф.И.О., степень, звание, подпись дата

10. Протокол согласования программы с другими дисциплинами направления (специальности) подготовки (Приложение 2).

11. Приложения

Приложение 1 Ф СВГУ «Фонд оценочных средств» для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Приложение 3 Лист изменений и дополнений.

Автор: Чепенко Людмила Васильевна, старший преподаватель кафедры социологии и философии СВГУ

Подпись



дата

03.03.18г.

Заведующий кафедрой социологии и философии: Леснов Александр Вадимович, к. филос. н., доцент

Подпись



дата

03.03.18г.

Лист изменений и дополнений на 2019/2020 учебный год
в рабочую программу учебной дисциплины
Б1.В.ОД.11 «Социология коммуникаций»
Направление подготовки
39.03.01 «Социология»
Профиль
«Социология маркетинга и рекламы»

1. В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «**Социология коммуникаций**»

а) Основная литература:

1. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с: табл. – (Учебники Высшей школы экономики). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753> (дата обращения: 02.11.2019). – Библиогр.: с. 401-414. – ISBN 978-5-7598-1188-6 (в пер.). — ISBN 978-5-7598-1614-0 (эл.). – Текст: электронный. (ЭБС)
2. Социология коммуникации: [16+] / сост. С.С. Асатрян; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». – Ставрополь: СКФУ, 2017. – 98 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483761> (дата обращения: 02.11.2019). – Библиогр.: с. 94. – Текст: электронный. (ЭБС)

б) Дополнительная литература:

1. Антоновский, А.Ю. Коммуникативная философия знания: от теории коммуникативных медиа к социальной философии науки: [16+] / А.Ю. Антоновский ; Российская Академия Наук, Институт философии. – Москва : ИФ РАН, 2015. – 176 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483096> (дата обращения: 02.11.2019). – ISBN 978-5-9540-0292-8. – Текст : электронный. (ЭБС)
2. Назарчук, А.В. Теория коммуникации в современной философии / А.В. Назарчук. – Москва : Прогресс-Традиция, 2009. – 320 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97878> (дата обращения: 02.11.2019). – ISBN 5-89826-299-7. – Текст : электронный. (ЭБС)
3. Понимание в кросс-культурной коммуникации: [16+] / отв. ред. Т.И. Касавин ; Российская Академия Наук, Институт философии. – Москва: Институт философии РАН, 2014. – 200 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444045> (дата обращения: 02.11.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9540-0273-7. – Текст: электронный. (ЭБС)
4. Шарков, Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) / Ф.И. Шарков. – 3-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 260 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124> (дата обращения: 02.11.2019). – Библиогр.: с. 254-255. – ISBN 978-5-394-02257-9. – Текст: электронный. (ЭБС)

2. В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие дополнения:

—
Автор: Леснов А.В., кандидат философских наук, доцент, доцент, доцент кафедры социальных и гуманитарных наук СВГУ

Подпись 

Дата 22.11.2019г.

Рабочая программа учебной дисциплины пересмотрена и одобрена на заседании кафедры социальных и гуманитарных наук «22» ноября 2019 г., протокол № 4

И.о. зав. кафедрой социальных и гуманитарных наук: Якунина Ю.Е., кандидат психологических наук, доцент

Подпись



Дата 22.11.2019г.