

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»

УТВЕРЖДАЮ
Декан гуманитарно-правового факультета
профессор, д.и.н.  Плаксин В.Н.
« 28 » 10 20 10 г.




РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.1 «Социология и психология массовых коммуникаций»
для направления
38.03.04 Государственное и муниципальное управление
профиль подготовки Муниципальное управление сельских территорий
– академический бакалавриат
квалификация (степень) выпускника бакалавр

Факультет гуманитарно-правовой

Кафедра общеправовых и гуманитарных дисциплин

Форма обучения	Всего зам.ед./ часов	Курс	Семестр	Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия	Курсовая работа (проект), (указать семестр)	Самостоятельная работа	Зачет (указать семестр)	Экзамен (указать семестр/часы)
очная	108	1	2	42	20	-	-	-	46	2	-
заочная	108	1	3	8	4	-	-	-	96	2	-

Преподаватель, подготовивший рабочую программу:
к.и.н., доцент кафедры общеправовых
и гуманитарных дисциплин 

О.В.Василенко

стр. 2 из 19

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление академический бакалавриат, приказ № 1567 от 10 декабря 2014 г.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры общеправовых и гуманитарных дисциплин (протокол № 3/1 от 15.10.2015 г.)

Заведующий кафедрой  Плаксин В.Н.

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической комиссией гуманитарно-правового факультета (протокол № 2/1 от 28.10.2015 г.).

Председатель методической комиссии  Юрьева А.А.

1. Предмет. Цели и задачи дисциплины Б1.В.ДВ.1. «Социология и психология массовых коммуникаций», её место в структуре ОПОП

Целью учебной дисциплины «Социология и психология массовых коммуникаций» является формирование научного представления о роли массовой коммуникации в системе наук о человеке, о воздействии такого рода информации на выбор ценностных ориентаций и моделей поведения в практическом труде. Овладение социологическими и психологическими основами массовой коммуникации позволит обучающимся эффективно взаимодействовать с большими аудиториями, демонстрировать комфортно-психологическое общение, а также использовать разнообразные тактики, ориентированные на достижение поставленной перед коммуникацией цели.

Задачи дисциплины:

- ознакомление с современным состоянием социологии и психологии массовой коммуникации;
- формирование целостного представления о средствах массовой коммуникации как социальной и психологической подсистемах;
- знакомство с профессиональной терминологией в области социологии и психологии массовой коммуникации;
- уяснение особенностей и актуальных проблем функционирования современной системы СМК за рубежом и в России;
- освоение комплекса знаний об информационной индустрии как социальном институте;
- знакомство с психологическим подходом к массовой коммуникации;
- изучение наиболее распространенных, исследовательских процедур анализа текстов массовой коммуникации, институтов СМК и их персонала.

Предметом дисциплины «Социология и психология массовых коммуникаций» является массовая коммуникация как особое пространство обращения информации, где неизбежно присутствуют все субъекты социального процесса: от государств и наций до отдельно взятой личности.

Место дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина «Социология и психология массовой коммуникации» относится к вариативной части ОПОП бакалавриата (Б.1.В.ДВ.1). В процессе изучения дисциплины обучающиеся приобретают знания, которые будут им необходимы в дальнейшей практической деятельности, связанной с социальной сферой, сферой государственного, муниципального управления.

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОПОП и базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин, таких как: «Социология», «Построение межличностных, групповых и организационных коммуникаций», «Социальная психология», «Деловая культура и психология общения». Изучение дисциплины «Социология и психология массовых коммуникаций» является необходимым для дальнейшего изучения специальных дисциплин и выполнения выпускной квалификационной работы.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине Б1.В.ДВ.1. «Социология и психология массовых коммуникаций», соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	

ОК-2	способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования патриотизма и гражданской позиции	<p>знать: закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей России; основные события и процессы отечественной истории в контексте мировой истории</p> <p>уметь: критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений</p> <p>иметь навыки и опыт деятельности: навыками анализа причинно-следственных связей в развитии российского государства и общества; определение места человека в историческом процессе и политической организации общества; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям России</p>
ОК-5	способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p>- знать: причины и основные характеристики социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; специфику общения в коллективе; принципы толерантности и нормы взаимодействия в коллективе; принципы взаимодействия в коллективе, обеспечивающие эффективность работы</p> <p>- уметь: учитывать индивидуально-психологические особенности, социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия при решении широкого круга задач; диагностировать социальные, этнические, конфессиональные и культурные проблемы в коллективе; устанавливать позитивные отношения во взаимодействии с другими членами коллектива</p> <p>- иметь навыки и опыт деятельности: навыками толерантного поведения; навыками регуляции поведения в коллективе; навыками взаимодействия в коллективе в ходе творческого решения профессиональных задач</p>
ОК-6	способностью к самоорганизации и самообразованию	<p>- знать: специфику познавательной деятельности, творческой работы; принципы и подходы к организации профессиональной деятельности; основные понятия и содержание психологического знания; основные методы и средства познания и самоконтроля</p> <p>- уметь: рефлексировать индивидуально-психологические особенности, способствующие или препятствующие выполнению про-</p>

		<p>фессиональных действий; применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности; использовать различные формы и методы саморазвития и самоконтроля; уметь организовать свой труд во взаимодействии с другими членами организации</p>
		<p>- иметь навыки и опыт деятельности: культурой мышления, способностью к восприятию, анализу, обобщению информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; способностью анализировать личностно значимые проблемы, видеть способы их решения; навыками самоконтроля, системой общепрофессиональных знаний, способствующих интеллектуальному развитию, повышению культурного уровня и корректному выполнению профессиональных действий; навыками самостоятельной, творческой работы</p>
ПК-8	<p>способность применять информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности с видением их взаимосвязей и перспектив использования</p>	<p>- знать: место и значение современных информационных технологий в профессиональной деятельности; принципы создания информационных ресурсов; основные возможности, предоставляемые современными информационными технологиями, инструментальными средствами разработки информационных систем</p> <p>- уметь: применять информационные технологии для решения управленческих задач; самостоятельно формулировать информационные потребности: выполнять предварительный анализ, формулировать требования по созданию (развитию) информационных систем в своей профессиональной деятельности и оценивать результаты предлагаемых проектных решений для внедрения и использования профессиональных ПО</p> <p>- иметь навыки и опыт деятельности: навыками работы с текстовыми процессорами и электронными таблицами, графическими редакторами, информационно-справочными средствами, средствами разработки электронных презентаций</p>

3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Очная форма обучения		Заочная форма обучения	
	всего зач. ед./ часов	объём часов		Всего часов 3 курс
		2 семестр		
Общая трудоёмкость дисциплины	3/108	3/108	108	
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) всего, в т.ч.	62	62	12	
Аудиторная работа	62	62	12	
Лекции	42	42	8	
Практические занятия	-	-	-	
Семинары	20	20	4	
Лабораторные работы	-	-	-	
Другие виды аудиторных занятий	-	-	-	
Самостоятельная работа обучающихся, час, в т.ч.	46	46	96	
Подготовка к аудиторным занятиям	+	+	+	
Выполнение курсовой работы	-	-	-	
Подготовка и защита рефератов	-	-	-	
Другие виды самостоятельной работы	+	+	+	
Экзамен/часы	-	-	-	
Формы промежуточной аттестации (зачёт, экзамен)	зачет	зачет	зачет	

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план)

№ п/п	Раздел дисциплины	Л	СЗ	ПЗ	ЛР	СР
очная форма обучения						
1	Возникновение массовой коммуникации в обществе	6	4	-	-	4
2	Социологические представления о массовой коммуникации	12	4	-	-	16
3	Общественное мнение и средства массовой информации и их роль в государственном муниципальном управлении	8	6	-	-	8
4	Социологические исследования звеньев коммуникативного процесса	8	2	-	-	8
5	Введение в психологию массовой коммуникации	4	2	-	-	6
6	Психология коммуникации в государственном муниципальном управлении	4	2	-	-	4
заочная форма обучения						
1	Возникновение массовой коммуникации в обществе	4	2	-	-	8
2	Социологические представления о массовой коммуникации	-	-	-	-	34
3	Общественное мнение и средства массовой информации и их роль в государственном муниципальном управлении	-	-	-	-	16
4	Социологические исследования звеньев	2	2	-	-	18
5	Введение в психологию массовой коммуникации	2	-	-	-	12
6	Психология коммуникации в государственном муниципальном управлении	-	-	-	-	8

4.2. Содержание разделов учебной дисциплины

Раздел I. Возникновение массовой коммуникации в обществе

I.1. Введение в социологию массовой коммуникации

Коммуникация. Массовая коммуникация. Средства массовой информации. Структурные составляющие коммуникационных процессов. Основные подходы к изучению массы. Типологии современных средств массовой коммуникации.

I.2. Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход

Функциональный подход. Стадии становления информационного общества. Информационное общество.

I.3. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема

Межличностная коммуникация. Специфика межличностной и специальной коммуникации. СМК как ретранслятор и производитель информации

Раздел II. Социологические представления о массовой коммуникации

II.1. Изучение и развитие СМК как науки

Этапы развития социологии СМК как науки. Социология массовых коммуникаций: объект, предмет СМК. Социальные предпосылки оформления социологии СМК как науки. Научные, прагматические, идеологические факторы развития социологии СМК.

II.2. Функции и роли СМК

Стадии изучения СМК. Функции системы СМК. Барьеры коммуникации.

II.3. Механизмы осуществления роли СМК

Индивидуальное сознание. Массовое сознание. Системы функционирования прессы. Одноступенчатая и многоступенчатая модели коммуникации. Понятие «лидера мнений». Локальные и космополитические лидеры.

II.4. Проблема эффектов и эффективности СМК

Количественные и качественные эффекты. Концепция многосоставности. Индивидуальная и коллективная реакции. Теория влияния массовой коммуникации. Последствия воздействия СМИ. Стилль потребления массовой информации. Модели эффектов массовой коммуникации.

II.5. СМК как социальный институт и вид бизнеса

СМК как социальный институт. Массовая коммуникация как система. Влияние форм собственности на деятельность информационных органов. СМК как бизнес. Взаимоотношения СМК и бизнеса.

II.6. СМК и власть. Понятие «четвертой власти»

Формы сосуществования государства и средств массовой коммуникации. Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства. Правительственные, оппозиционные и независимые СМИ. Понятие «четвертая власть».

Раздел III. Общественное мнение и средства массовой информации и их роль в государственном муниципальном управлении

III.1. Общественное мнение

Двойственность феномена общественного мнения. Подходы к определению общественного мнения. Содержание общественного мнения. Функции и виды общественного мнения. Общественное мнение и PR. Теория «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман.

III.2. Деятельность паблик рилейшнз (PR)

Паблик рилейшнз. Массовая коммуникация. Общественность. Информационные материалы PR. Составляющие PR. Средства массовой информации. Информационные агентства. Мероприятия PR.

III.3. Коммерческая и социальная реклама в СМК

Реклама как массовая коммуникация. Характеристика системы массовых коммуникаций как основного рекламоносителя. Формы присутствия рекламы в СМК. Скрытая реклама. Социальная реклама.

III.4. Особенности политической коммуникации в современном обществе. Политическая реклама в СМК

Формы взаимодействия политики и коммуникации. Политическая коммуникация. Политическое манипулирование. Место политической рекламы в СМК. Политическая реклама, ее виды. Формы политической рекламы: зависимость от этапов избирательной кампании и электоральных групп.

Раздел IV. Социологические исследования звеньев коммуникативного процесса

IV.1. Методика социологического исследования массовой коммуникации

Социологические исследования. Методология и методы социологического исследования. Виды социологических исследований. Этапы социологического исследования. Программа социологического исследования. Объект и предмет, цель и задачи социологического исследования. Виды гипотез. Стратегический план социологического исследования. Статистические методы обработки данных. Случайная, квотная и гнездовая выборка.

IV.2. Социологические методы исследования аудитории СМК
 Методы изучения аудитории. Количественные и качественные исследования аудитории. Опрос, наблюдение, анализ документов, экспертная оценка, психолингвистические процедуры.

IV.3. Особенности изучения теле- и радиоаудитории
 Аудиометрия. Рейтинги телепередач. Основные единицы измерения телеаудитории. Дом аудитории. Проблемы изучения радиоаудитории.

IV.4. Тенденции развития массовой коммуникации и ее исследований
 Интернет как новое медийное средство. Положительное и отрицательное влияние Интернет на общество. Глобализация. Демассовизация. Конгломерация. Конвергенция. Содержание глобальных информационных потоков.

Раздел V. Введение в психологию массовой коммуникации

V.1. Предмет психологии массовой коммуникации: подходы, концепции, проблемы
 Теории «массы» и «массового общества». Массовое поведение, психология масс, массовая культура. Понятие «массового человека». Психология массовой коммуникации. Методы исследования массовой коммуникации.

V.2. Массовое поведение: конструктивные и деструктивные формы
 Толпа. Участники толпы. Виды толпы. Массовые социально-психологические явления: психология религии, психология слухов и сплетен, психология моды, психология рекламы и PR-воздействия.

Раздел VI. Психология коммуникации в государственном муниципальном управлении

VI.1. Воздействие в массовых коммуникациях
 Воздействие. Влияние. Механизмы воздействия. Методы воздействия. Манипуляция. Эффект воздействия. «Спираль молчания». «Установление повестки дня». Модель «информационного дефицита». Психологическая безопасность. Психологическая защита.

VI.2. Массовые коммуникации и личность
 Образ мира. Восприятие информации. Восприятие инноваций. Прототипы. Скрипты. Схемы. ИТЛ. Эмоции. Идентификация. Эмпатия. Катарсис. Напряжение. Поведение. Моделирование поведения.

4.3. Перечень тем лекций

№ п/п	Тема лекции	Объём, ч	
		форма обучения	
		очная	заочная
1	Введение в социологию массовой коммуникации	2	2
2	Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход	2	-
3	Средства массовой коммуникации как социальная подсистема	2	2
4	Изучение и развитие СМК как науки	2	-
5	Функции и роли СМК	2	-
6	Механизмы осуществления роли СМК	2	-
7	Проблема эффектов и эффективности СМК	2	-
8	СМК как социальный институт и вид бизнеса	2	-
9	СМК и власть. Понятие «четвертой власти»	2	-
10	Общественное мнение и его роль в государственном муниципальном управлении	2	-
11	Деятельность публичных отношений (PR)	2	-
12	Коммерческая и социальная реклама в СМК	2	-

13	Особенности политической коммуникации в современном обществе. Политическая реклама в СМК	2	-
14	Методика социологического исследования массовой коммуникации	2	2
15	Социологические методы исследования аудитории СМК	2	-
16	Особенности изучения теле- и радиоаудитории	2	-
17	Тенденции развития массовой коммуникации и ее исследований	2	-
18	Предмет психологии массовой коммуникации: подходы, концепции, проблемы	2	2
19	Массовое поведение: конструктивные и деструктивные формы	2	-
20	Воздействие в массовых коммуникациях	2	-
21	Массовые коммуникации и личность	2	-
Всего		42	8

4.4. Перечень тем практических занятий (семинаров)

№ п/п	Тема практического занятия	Объём, ч	
		форма обучения	
		очная	заочная
1	Введение в социологию массовой коммуникации	2	-
2	Средства массовой коммуникации как социальная подсистема	2	2
3	Функции и роли СМК	2	-
4	СМК как социальный институт и вид бизнеса	2	-
5	Общественное мнение и его роль в государственном муниципальном управлении	2	-
6	Деятельность паблик рилейшнз (PR)	2	-
7	Особенности политической коммуникации в современном обществе. Политическая реклама в СМК	2	-
8	Методика социологического исследования массовой коммуникации	2	2
9	Предмет психологии массовой коммуникации: подходы, концепции, проблемы	2	-
10	Воздействие в массовых коммуникациях	2	-
Всего		20	4

4.5. Перечень тем лабораторных работ – «Не предусмотрен»

4.6. Виды самостоятельной работы студентов и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

4.6.1. Подготовка к аудиторным занятиям

Перечень методических рекомендаций студентам по закреплению и углублению полученных на аудиторных занятиях знаний и навыков, подготовке к предстоящим занятиям:

1. Владеть методами поиска учебной и научной информации.
 2. Уметь пользоваться библиографией
 3. Использовать информационные технологии.
 4. Изучить определенный минимум литературы.
 5. Самостоятельно уметь зафиксировать нужную информацию.
 6. Грамотно проводить обзор и анализ литературы по теории и практике изучаемого вопроса.
 7. Анализировать, систематизировать и интерпретировать выводы.
 8. Устно и письменно излагать изученный материал.
 9. Применять полученные знания при решении практических задач
 10. Подбирать материалы периодической печати по изучаемым темам.
 11. Взаимоконтроль и взаимопроверка знаний студентов.
- Соответственно конкретным темам семинарских занятий студентам могут быть даны иные рекомендации.

4.6.2. Перечень тем курсовых работ – «Не предусмотрен»

4.6.3. Перечень тем рефератов – «Не предусмотрен»

4.6.4. Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Тема (раздел) самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч	
			форма обучения	
			очная	заочная
1	История развития массовых коммуникаций	1. Социология и психология массовой коммуникации : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Государственное и муниципальное управление» / Воронежский государственный аграрный университет ; [сост.: О. В. Василенко, Е. А. Сиволапова] . – Воронеж : Воронежский государственный аграрный университет, 2015 . – 241 с. 2. Социология и психология массовой коммуникации : методическое пособие для самостоятельной работы студентов вузов очной и заочной форм обучения / Воронеж. гос.	2	4
2	Информационное общество		2	4
3	Основные этапы развития социологии СМК как науки		2	4
4	Сознание индивида и массовое сознание		2	4
5	Механизмы взаимодействия СМИ с обществом		2	6
6	Одноступенчатая и двухступенчатая модели СМК		2	4
7	Эффекты и эффективность коммуникации		2	4
8	Теории влияния массовой коммуникации		2	4
9	Модели эффектов массовой коммуникации		2	4
10	Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства		2	4

11	Теория свободы прессы и ее социальной ответственности	аграр. ун-т ; [сост. Е. А. Сиволапова] . – Воронеж : ВГАУ, 2011 . – 85 с. 3. Социология массовой коммуникации : Учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - М.: Альфа-М : НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с. 4. Социальная психология : Учебник / В.А. Соснин, Е.А. Красникова. - М. : Форум, ИНФРА-М, 2015. - 336 с. 5. Основы теории коммуникации : Учебное пособие / Е.А. Кожемякин. - М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 189 с.	2	4
12	Реклама как массовая коммуникация		2	4
13	Формы присутствия рекламы в СМИ		2	4
14	Политическое манипулирование		2	4
15	Политическая реклама		2	4
16	Методы изучения аудитории		2	6
17	Способы изучения теле- и радиоаудитории		2	4
18	Интернет – новое медийное средство		2	4
19	Процессы, характеризующие развитие современных масс-медиа		2	4
20	Психология толпы и управление толпой		2	4
21	Характеристика массового поведения		2	4
22	Воздействие СМК на когнитивную сферу личности		2	4
23	Воздействие СМК на поведение личности		2	4
Всего			46	96

1.6.5. Другие виды самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тематика занятий	Виды самостоятельной работы	Объём часов	
			Форма обучения	
			очная	заочная
Раздел I. Возникновение массовой коммуникации в обществе				
1	Становление информационного общества	- изучение дополнительной (к основной) литературы; - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов; - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей	2	2
2	Специфика межличностной и специальной коммуникации	- изучение дополнительной (к основной) литературы; - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов; - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей	2	2
Раздел II. Социологические представления о массовой коммуникации				
3	Научные, прагматические и идеологические факторы развития социологии СМК	- изучение дополнительной (к основной) литературы; - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов; - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей	2	2
4	Барьеры коммуникации	- изучение дополнительной (к основной) литературы; - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов; - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей	2	2
5	Индивидуальное и массовое сознание. Системы функционирования прессы	- изучение дополнительной (к основной) литературы; - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов;	2	2

		<ul style="list-style-type: none"> - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей 		
6	Модели эффектов массовой коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> - изучение дополнительной (к основной) литературы; - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов; - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей 	2	2
7	Взаимоотношения СМИ и бизнеса	<ul style="list-style-type: none"> - изучение дополнительной (к основной) литературы; - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов; - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей 	2	2
8	Формы сосуществования государства и средств массовой коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> - изучение дополнительной (к основной) литературы; - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов; - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей 	2	2
Раздел III. Общественное мнение и средства массовой информации и их роль в государственном муниципальном управлении				
9	Общественное мнение и PR	<ul style="list-style-type: none"> - изучение дополнительной (к основной) литературы; - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов; - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей 	2	2
10	Формы присутствия рекламы в СМК	<ul style="list-style-type: none"> - изучение дополнительной (к основной) литературы; - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов; - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей 	2	2

11	Формы взаимодействия политики и коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> - изучение дополнительной (к основной) литературы; - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов; - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей 	2	2
Раздел IV. Социологические исследования звеньев коммуникативного процесса				
12	Методология и методика социологического исследования	<ul style="list-style-type: none"> - изучение дополнительной (к основной) литературы; - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов; - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей 	2	2
13	Количественные и качественные методы исследования аудитории	<ul style="list-style-type: none"> - изучение дополнительной (к основной) литературы; - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов; - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей 	2	2
14	Положительное и негативное влияние Интернет на общество	<ul style="list-style-type: none"> - изучение дополнительной (к основной) литературы; - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов; - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей 	2	2
Раздел V. Введение в психологию массовой коммуникации				
15	Массовое поведение, психология масс, массовая культура	<ul style="list-style-type: none"> - изучение дополнительной (к основной) литературы; - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов; - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей 	2	2
Раздел VI. Психология коммуникации в государственном муниципальном управлении				
16	Методы воздействия в массовых	<ul style="list-style-type: none"> - изучение дополнительной (к основной) литературы; 	2	2

	коммуникациях	<ul style="list-style-type: none"> - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов; - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей 		
17	Моделирование поведения	<ul style="list-style-type: none"> - изучение дополнительной (к основной) литературы; - использование учебных сведений из Интернет-ресурсов; - составление тематических заданий, тестов, кроссвордов; - подготовка рефератов и выступление с докладами по ним на семинарах; - индивидуальные консультации преподавателей 	2	2

4.7. Перечень тем и видов занятий, проводимых в интерактивной форме

№ п/п	Форма занятия	Тема занятия	Интерактивный метод	Объем, ч
1.	Практическое занятие (семинар)	Механизмы взаимодействия СМИ с обществом	Кейс-технология, групповое обсуждение	2
2.	Практическое занятие (семинар)	Модели эффектов массовых коммуникаций	Кейс-технология, групповое обсуждение	2
3.	Практическое занятие (семинар)	Виды рекламы	Метод проектов, групповое обсуждение, применение средств мультимедиа	2
4.	Практическое занятие (семинар)	Методы изучения аудитории	Кейс-технология, групповое обсуждение	2
5.	Практическое занятие (семинар)	Интернет – новое медийное средство	Метод проектов, групповое обсуждение, применение средств мультимедиа	2

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

5.1. ФОС текущего контроля

Текущий контроль знаний студентов может иметь следующие виды:

- устный опрос на лекциях и семинарских занятиях;
- проверка выполнения письменных домашних заданий;
- тестирование (письменное или компьютерное);
- контроль самостоятельной работы студентов (в письменной или устной форме).

Другие виды текущего контроля знаний, представлены в Фонде оценочных средств дисциплины «Социология и психология массовых коммуникаций».

5.2. ФОС итогового контроля

5.2 А – «Зачёт»

Критерии проставления зачета по дисциплине:

«Зачтено» по дисциплине «Социология и психология массовых коммуникаций» выставляется по итогам проведенного текущего контроля и при выполнении заданий всех практических и лекционных занятий, самостоятельной работы студентов. Решающим фактором при выставлении зачета является успешное выполнение итогового теста, отражающего уровень и глубину знаний студента по изучаемому курсу.

«Не зачтено» по дисциплине «Социология и психология массовых коммуникаций» выставляется, если студент не выполняет задания практических и лекционных занятий, а также текущего контроля и самостоятельной работы. Решающим фактором при выставлении оценки «не зачтено» является безуспешное выполнение итогового теста, отражающего уровень и глубину знаний студента по изучаемому курсу.

Перечень вопросов для проведения зачета

1. Массовая коммуникация как социальное явление.
2. Возникновение и развитие массовых коммуникаций в обществе.
3. Зарубежные исследования массовой коммуникации.

4. Отечественные исследования массовой коммуникации.
5. Социология и психология массовой коммуникации в системе наук.
6. Основные проблемы в социологии и психологии массовой коммуникации. Задачи, функции и цели в социологии и психологии массовой коммуникации.
7. Структура массовой коммуникации.
8. Формы регуляции взаимоотношений в сфере массовой коммуникации.
9. Виды и модели массовой коммуникации.
10. Массовая коммуникация как социальный институт общества.
11. Понятие массово-коммуникативного процесса.
12. Теории процесса массовой коммуникации.
13. Массовая коммуникация и мировые информационные процессы.
14. Информация, ее виды.
15. Понятие коммуникативного акта.
16. Общение как элемент массово-коммуникативного процесса. Понятие и сущность общения.
17. Виды и типы общения.
18. Общение как коммуникация.
19. Барьеры общения.
20. Что такое коммуникация?
21. Пресса и власть. Понятие «четвертой власти».
22. Общественность и средства массовой коммуникации.
23. Печать в системе средств массовых коммуникаций.
24. Радио в системе средств массовых коммуникаций.
25. Телевидение в системе средств массовых коммуникаций.
26. Интернет в системе средств массовых коммуникаций, его особенности.
27. Коммуникатор как субъект массовой коммуникативной деятельности.
28. Реклама как форма массовой коммуникации.
29. Коммерческая и социальная реклама в СМИ.
30. Направления социологических исследований массовой коммуникации.
31. Проблема качества итоговой социологической информации.
32. Методы исследования содержания информации.
33. Основные этапы и процедуры контент-анализа.
34. Понятие аудитории. Типы аудитории.
35. Психология толпы и управление толпой.
36. Средства массовой коммуникации и формирование общественного мнения.
37. Ценности и субъекты социальных интересов.
38. Особенности измерения коммуникативного и потребительского поведения аудитории.
39. Методы социологического и психологического изучения характеристик аудитории.
40. Методы информационного воздействия на аудиторию.
41. Массовое сознание и массовая коммуникация
42. Понятие свободы.
43. Сущность свободы деятельности системы массовой коммуникации.
44. Цензура.
45. Эффекты массовой коммуникации.
46. Механизмы психологической защиты и их проявление в массовой коммуникации.
47. Правовые нормы, регулирующие деятельность системы массовой коммуникации.
48. Этические нормы в деятельности системы массовой коммуникации.

5.2 Б – «Экзамен» – «Не предусмотрен»

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

№ п/п	Автор	Заглавие	Гриф издания	Издательство	Год издания	Кол-во экз. в библи.
1	Гостенина В.И., Киселев А.Г.	Социология массовой коммуникации : Учебник		М. : Альфа-М : НИЦ ИНФРА-М	2013	10
2	Кожемякин Е.А.	Основы теории коммуникации : Учебное пособие		М. : НИЦ ИНФРА-М	2014	8
3	Соснин В.А., Красникова Е.А.	Социальная психология : Учебник		М. : Форум, ИНФРА-М	2015	10

6.1.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор	Заглавие	Издательство	Год издания
1	Папкова О.В.	Деловые коммуникации : учебник. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php#	М. : Вузовский учебник : НИЦ ИНФРА-М	2014
2	Крысько В.Г.	Социальная психология в схемах и комментариях : учебное пособие. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php#	М. : Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М	2016
3	Козырев Г.И.	Социология общественного мнения : учебное пособие. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php#	М. : ИД ФОРУМ : НИЦ ИНФРА-М	2014
4	Соснин В.А.	Психология массового поведения : монография. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php#	М. : Форум: НИЦ ИНФРА-М	2015
5	Баранова Е.В.	Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. пособие. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php#	Минск : Высш. шк.	2012
6	Ореховская Н.А.	Эволюция массового сознания россиян : монография. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php#	М. : НИЦ ИНФРА-М	2015
7	Ореховская Н.А.	Социальные коммуникации : учебник. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php#	М.: Альфа-М : НИЦ ИНФРА-М	2014

6.1.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

№ п/п	Автор	Заглавие	Издательство	Год издания
1	Василенко О.В., Сиволапова Е.А.	Социология и психология массовой коммуникации : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Государственное и муниципальное управление»	Воронеж : ВГАУ	2015
2	Сиволапова Е.А.	Социология и психология массовой коммуникации : методическое пособие для самостоятельной работы студентов вузов очной и заочной форм обучения	Воронеж : ВГАУ	2011

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

«Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. <http://znanium.com> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
2. <http://e.lanbook.com> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
3. www.prospektnauki.ru – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
4. <http://rucont.ru/> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
5. <http://www.cnsnb.ru/terminal/> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
6. www.elibrary.ru – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
7. <http://archive.neicon.ru/> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I
8. <https://нэб.рф/> – Электронный каталог библиотеки Воронежского государственного аграрного университета имени императора Петра I

6.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

6.3.1. Компьютерные обучающие и контролирующие программы

№ п/п	Вид учебного занятия	Наименование программного обеспечения	Функция программного обеспечения		
			контроль	моделирующая	обучающая
1	семинар	AST	+	-	-
		Microsoft Windows 7 Prof Adobe Reader	-	-	+
2	лекция	Microsoft Windows 7 Prof	-	+	+

6.3.2. Аудио- и видеопособия – «Не предусмотрены»

6.3.3. Компьютерные презентации учебных курсов




№ п/п	Тема лекции-презентации	Объем времени
1	Средства массовых коммуникаций как социальная подсистема	2
2	Средства массовых коммуникаций как социальный институт и вид бизнеса	2
3	Деятельность публичных отношений (PR)	2
4	Коммерческая и социальная реклама в средствах массовых коммуникаций	2
5	Социологические методы исследования аудитории СМК	2
6	Тенденции развития массовых коммуникаций и ее исследований	2
7	Воздействие в массовых коммуникациях	2

7. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Социология и психология массовых коммуникаций»

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения занятий	Перечень основного оборудования, приборов и материалов
1.	Учебные аудитории лекционного типа	ауд. 216, 222 с мульти-медийным оборудованием
2	Учебные аудитории для семинара	ауд.148 (учебно-методическая литература)
3	Учебные аудитории для индивидуального и группового консультирования	ауд. 177А психолого-педагогический кабинет (учебно-методическая литература)
4	Учебные аудитории текущего и контроля и промежуточной аттестации	115, 116, 219, 120 (компьютерные классы с выходом в интернет)
5	Учебные аудитории для СРС	читальные залы библиотеки ВГАУ (имеются компьютеры с выходом в сеть интернет)
6	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.	ауд. 177 ^а лаборантская

8. Междисциплинарные связи

Протокол
согласования рабочей программы с другими дисциплинами

Наименование дисциплины, с которой проводилось согласование	Кафедра, с которой проводилось согласование	Предложения об изменениях в рабочей программе. Заключение об итогах согласования	Подпись зав. кафедрой
«Социология»	Общеправовых и гуманитарных дисциплин	Согласовано	
«Психология»	Общеправовых и гуманитарных дисциплин	Согласовано	
«Деловые коммуникации»	Общеправовых и гуманитарных дисциплин	Согласовано	
«Социальная психология»	Общеправовых и гуманитарных дисциплин	Согласовано	