

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»**



УТВЕРЖДАЮ:

Декан экономического факультета  
Экономический факультет

А.В. Агибалов

2 ноября 2020 г.

#### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.01.01. «Социология массовых коммуникаций в сельских обществах» для направления

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки «Муниципальное управление сельских территорий»  
прикладной бакалавриат

Квалификация выпускника - бакалавр

Экономический факультет

Кафедра Гуманитарных дисциплин, гражданского и уголовного права

Преподаватель, подготовивший рабочую программу:

к.и.н., доцент

Василенко Ольга Валерьевна

Рабочая программа по дисциплине «Социология массовых коммуникаций в сельских общностях» составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление, ФГОС 1567 от 10.12.2014).

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры гуманитарных дисциплин, гражданского и уголовного права (протокол № 3 от 14.10.2020 г.)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_



Плаксин В.Н.

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической комиссией экономического факультета (протокол №3 от 20.10.2020).

Председатель методической комиссии \_\_\_\_\_



Запорожцева Л.А.

**Рецензент:** Начальник отдела развития сельских территорий Департамента аграрной политики Воронежской области **Лыбакова Н.П.**

## 1. Предмет. Цели и задачи дисциплины, её место в структуре образовательной программы

**Целью** учебной дисциплины «Социология массовых коммуникаций в сельских общностях» 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 основами массовой коммуникации позволит обучающимся эффективно взаимодействовать с большими аудиториями, а также использовать разнообразные тактики, ориентированные на достижение поставленной перед коммуникацией цели.

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

**Задачи** дисциплины:

- ознакомление с современным состоянием социологии массовой коммуникации;
- формирование целостного представления о средствах массовой коммуникации как социальной подсистеме;
- знакомство с профессиональной терминологией в области социологии 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;
- изучение наиболее распространенных, исследовательских процедур анализа текстов массовой коммуникации, институтов СМК и их персонала.

**Место дисциплины в структуре ОП:** дисциплина «Социология массовых коммуникаций в сельских общностях» относится к вариативной части ОП бакалавриата (Б.1.В.ДВ.01.01). 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 ОП и базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин, таких как: «Построение межличностных, групповых и организационных коммуникаций», «Управление общественными отношениями».

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОПК-4	способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и под-	<b>знать:</b> особенности проведения социологических исследований в сфере государственного и муниципального управления, современное состояние и тенденции развития массовой коммуникации как социокультурного явления. <b>уметь:</b> организовывать и проводить научные исследования в области PR, рекламы, политического маркетинга, использовать социологические способы изуче-

	держивать электронные коммуникации	ния механизмов восприятия сообщений массовой коммуникации <b>иметь навыки:</b> оценки эффективности PR- посланий, имиджа, рекламных сообщений, применения методов сбора, обработки и хранения информации.
ПК-11	владеть основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	<b>знать:</b> основные принципы и подходы в изучении аудиторий и рейтингов популярности СМИ, уметь использовать данные исследовательских кампаний в практической работе и оценивать качество информации, служащей базой для определения рейтингов <b>уметь:</b> эффективно использовать методику и технику проведения количественных и качественных социологических исследований в рамках подготовки, проведения и оценки PR и рекламных кампаний <b>иметь навыки:</b> выбора оптимальных носителей PR-сообщений и рекламы, и каналов распространения информации с учетом целей и задач рекламных кампаний и PR-мероприятий.

### 3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Очная форма обучения		Заочная форма обучения
	Всего зач. ед./ часов	Объем часов	Всего часов
		2 семестр	3 семестр
Общая трудоёмкость дисциплины	2/72	2/72	2/72
Общая контактная работа	38,65	38,65	12,65
Общая самостоятельная работа (по учебному плану)	33,35	33,35	59,35
Контактная работа при проведении учебных занятий, в т.ч.	38,5	38,5	12,5
лекции	18	18	4
практические занятия	20	20	8
лабораторные работы	-	-	-
групповые консультации	0,5	0,5	0,5
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий	24,5	24,5	50,5
Контактная работа текущего контроля, в т.ч.	-	-	-
защита контрольной работы	-	-	-
защита расчетно-графической работы	-	-	-
Самостоятельная работа текущего контроля, в т.ч.	-	-	-
выполнение контрольной работы	-	-	-

Выполнение расчетно-графической работы	-	-	-
Контактная работа промежуточной аттестации обучающихся (КТР), в т.ч.	0,15	0,15	0,15
курсовая работа	-	-	-
курсовой проект	-	-	-
Зачет	0,15	0,15	0,15
Экзамен	-	-	-
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч.	8,85	8,85	8,85
выполнение курсового проекта	-	-	-
Выполнение курсовой работы	-	-	-
подготовка к зачету	8,85	8,85	8,85
подготовка к экзамену	-	-	-
Вид промежуточной аттестации (зачёт, экзамен, курсовой проект (работа))	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	4	4	-	-	6
2	Социологические представления о массовой коммуникации	4	4	-	-	6
3	Общественное мнение и средства массовой информации	4	6	-	-	6
4	Социологические исследования звеньев коммуникативного процесса	6	6	-	-	6,5
Всего		18	20	-	-	24,5
заочная форма обучения						
1	Возникновение массовой коммуникации в обществе	1	2	-	-	15
2	Социологические представления о массовой коммуникации	1	2	-	-	15
3	Общественное мнение и средства массовой информации	1	2	-	-	15
4	Социологические исследования звеньев	1	2	-	-	10,5
Всего		4	8	-	-	50,5

##### 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. Стиль 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**

### 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.

#### **4.3. Перечень тем лекций**

№ п/п	Тема лекции	Объём, ч	
		форма обучения	
		очная	заочная
1	Введение в социологию массовой коммуникации	1	1
2	Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход	1	-
3	Средства массовой коммуникации как социальная подсистема	1	-
4	Изучение и развитие СМК как науки	1	-
5	Функции и роли СМК	1	-
6	Механизмы осуществления роли СМК	1	-
7	Проблема эффектов и эффективности СМК	1	-
8	СМК как социальный институт и вид бизнеса	1	-
9	СМК и власть. Понятие «четвертой власти»	1	-
10	Общественное мнение	1	1
11	Деятельность паблик рилейшнз (PR)	1	1
12	Коммерческая и социальная реклама в СМК	1	1
13	Особенности политической коммуникации в современном обществе. Политическая реклама в СМК	1	-
14	Методика социологического исследования массовой коммуникации	1	-
15	Социологические методы исследования аудитории СМК	1	-
16	Особенности изучения теле- и радиоаудитории	1	-
17	Тенденции развития массовой коммуникации и ее исследований	1	-
18	Массовые коммуникации и личность	1	-
Всего		18	4

#### **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	1
2	Средства массовой коммуникации как социальная подсистема	2	1
3	Функции и роли СМК	2	1
4	СМК как социальный институт и вид бизнеса	2	1
5	Общественное мнение	4	1
6	Деятельность публичных рилейшнз (PR)	2	1
7	Особенности политической коммуникации в современном обществе. Политическая реклама в СМК	2	1
8	Методика социологического исследования массовой коммуникации	4	1
Всего		20	8

#### 4.5. Перечень тем лабораторных работ – Не предусмотрен

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

Самостоятельная работа при изучении дисциплины складывается из самостоятельной работы на аудиторных занятиях и внеаудиторной самостоятельной работы.

#### 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

1. Массовая коммуникация в социологическом дискурсе.



2. Роль и значение массовой коммуникации в современном мире.
3. Современные тенденции в области мировых информационных процессов.
4. Массовая коммуникация и информационное общество
5. Структурный функционализм - доминирующая исследовательская парадигма социологии массовой коммуникации.
6. Масс-медиа как самореферентная социальная система (Н.Луман).
7. Функции массовой коммуникации в современном обществе.
8. Франкфуртская школа критики институтов духовного производства капиталистического общества первой половины XX века: ее современное значение.
9. Средства массовой коммуникации и концепции «массового общества».
10. Индустрия культуры и ее роль в современном обществе (М. Хоркхаймера и Т. Адорно).
11. Концепция идеологии и ее познавательный потенциал применительно к задачам изучения массовой коммуникации.
12. Гражданское общество - место, роли в нем средств массовой коммуникации.
13. Свобода и ответственность СМИ.
14. Структуралистские подходы анализа содержания массовой коммуникации: теория, практические приложения.
15. Концепция массовой коммуникации как текста.
16. Наративные формы социальной коммуникации.
17. Дискурс, становление дискурсного анализа (В.Пропп).
18. Методология анализа мифа по Барту как инструмент анализа материалов массовой коммуникации.
19. Метод классического контент-анализа. На примере анализа предвыборных публикаций в общенациональной прессе.
20. Массовая коммуникация в ракурсе постмодернистского теоретизирования.
21. Медиа в ракурсе феминистской перспективы анализа.
22. Теория социальной коммуникации Юргена Хабермаса.
23. Массовая коммуникация в концепциях Маршала Маклюэна.
24. Симулякры и симуляции в современном обществе.
25. Механизмы формирования общественного мнения, роль в этом средств массовой информации.
26. Аудитория и эффекты массовой коммуникации.
27. Исследование аудитории массовой коммуникации в России: историографический обзор
28. Чтение – вид социальной практики.
29. Пресса в социологическом дискурсе.
30. Социологические методы изучения аудитории прессы.
31. Общественная значимость радио.
32. Аудитория радио и способы ее изучения.
33. Возникновение, становление и развитие телевидения как социального института.
34. Модели социального функционирования телевидения.
35. Культивационный анализ отечественного телевидения.
36. Измерения и исследования телевизионной аудитории: общее и различие.
37. Телевизионная аудитория в континууме времени.
38. Телевизионная аудитория в системе социологического знания.
39. Новостной дискурс отечественного телевидения.
40. Новости – коммуникативная система информационного общества.
41. Телевизионные новости в контексте информатизации и глобализации.
42. Интернет - социальное медиа.
43. Основные тренды «интернет аудитории».
44. Социальные последствия «цифровой революции» в СМИ.

#### 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	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. – с. 7-21.	2	4
2	Информационное общество	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. – С. 15.	2	4
3	Основные этапы развития социологии СМК как науки	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. – С. 22-28.	2	4
4	Сознание индивида и массовое сознание	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. – С. 167-175.	2	4
5	Механизмы взаимодействия СМИ с обществом	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. – С. 42-45.	2	4
6	Одноступенчатая и двухступенчатая модели СМК	Василенко, О.В., Сиволапова, Е.А. Социология и психология массовой коммуникации: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Государ-	2	4

		ственное и муниципальное управление». - Воронеж: ВГАУ, 2015. – С. 45-49.		
7	Эффекты и эффективность коммуникации	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. – С. 50-51.	2	4
8	Теории влияния массовой коммуникации	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. – С. 51-57.	2	4
9	Модели эффектов массовой коммуникации	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.- С. 57-61.	2	4
10	Нормативные модели взаимодействия СМИ и государства	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. – С. 69-71.	2	4
11	Теория свободы прессы и ее социальной ответственности	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. – С. 73-77.	2	6
12	Реклама как массовая коммуникация	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. – С. 100-122.	2,5	4,5
Всего			24,5	50,5

**4.6.5. Другие виды самостоятельной работы студентов**  
Подготовка к зачету согласно предлагаемым вопросам

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

№ п/п	Форма занятия	Тема занятия	Интерактивный метод	Объем, ч
1.	Занятие семинарского типа	Функции и роли СМК	Кейс-технология, групповое обсуждение	2
2.	Занятие семинарского типа	СМК как социальный институт и вид бизнеса	Кейс-технология, групповое обсуждение	2
3.	Занятие семинарского типа	Общественное мнение	Метод проектов, групповое обсуждение, применение средств мультимедиа	2
4.	Занятие семинарского типа	Деятельность паблик рилейшнз (PR)	Кейс-технология, групповое обсуждение	2
5.	Занятие семинарского типа	Особенности политической коммуникации в современном обществе. Политическая реклама в СМК	Метод проектов, групповое обсуждение, применение средств мультимедиа	2

**5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации**

Полное описание фонда оценочных средств для промежуточной аттестации обучающихся с перечнем компетенций, описанием показателей и критериев оценивания компетенций, шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы представлены в ФОС по дисциплине.

**6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.**

**6.1. Рекомендуемая литература**

Тип рекомендаций	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Количество экз. в библиотеке
1	2	3
1.1. Основная литература	Гостенина В. И. Социология массовой коммуникации [электронный ресурс]: Учебник / Брянский государственный университет им. академика И.Г. Петровского; Брянский государственный университет им. академика И.Г. Петровского - Москва: Издательский дом "Альфа-М", 2013 - 336 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
	Журавлев А. Л. Социальная психология [электронный	ЭИ

Тип рекоменда- ций	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Количество экз. в библио- теке
1	2	3
	ресурс]: Учебное пособие / Институт психологии Россий- ской академии наук - Москва: Издательство "ФОРУМ", 2020 - 496 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	
	Кожемякин Е. А. Основы теории коммуникации [элек- тронный ресурс]: Учебное пособие / Е. А. Кожемякин - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019 - 189 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
1.2. Дополни- тельная литература	Козырев Г. И. Социология общественного мнения: образ врага в истории, теории и общественном сознании [элек- тронный ресурс]: Учебное пособие / Российский химико- технологический университет им. Д.И. Менделеева - Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2017 - 254 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
	Крысько В. Г. Социальная психология в схемах и ком- ментариях [электронный ресурс]: Учебное пособие / Гос- ударственный университет управления - Москва: Вузов- ский учебник, 2016 - 227 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
	Ореховская Н. А. Социальные коммуникации [электрон- ный ресурс]: Учебник / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации - Москва: Изда- тельский дом "Альфа-М", 2014 - 224 с. [ЭИ] [ЭБС Знани- ум]	ЭИ
	Ореховская Н. А. Эволюция массового сознания россиян : монография [электронный ресурс]: Монография / Фи- нансовый университет при Правительстве Российской Федерации - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015 - 288 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
	Папкова О. В. Деловые коммуникации [электронный ре- сурс]: Учебное пособие / О. В. Папкова - Москва: Вузов- ский учебник, 2019 - 160 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
	Соснин В. А. Психология массового поведения [элек- тронный ресурс]: Монография / Институт психологии Российской академии наук - Москва: Издательство "ФОРУМ", 2015 - 160 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
	Социология и психология массовой коммуникации: ме- тодическое пособие для самостоятельной работы студен- тов вузов очной и заочной форм обучения / Воронеж. гос. аграр. ун-т ; [сост. Е. А. Сиволапова] - Воронеж: ВГАУ, 2011 - 85 с. [ЦИТ 5201] [ПТ]	40
	Социология и психология массовой коммуникации: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению "Государственное и муниципальное управ- ление" / Воронежский государственный аграрный уни- верситет ; [сост.: О. В. Василенко, Е. А. Сиволапова] - Воронеж: Воронежский государственный аграрный уни-	55

Тип рекоменда- ций	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Количество экз. в библио- теке
1	2	3
	верситет, 2015 - 241 с. [ЦИТ 12479] [ПТ]	
2.2. Методические издания	Социология массовых коммуникаций в сельских общно- стях [Электронный ресурс]: курс лекций для бакалавров, обучающихся по направлению 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, профиль подготовки «Му- ниципальное управление сельских территорий» (очного и заочного обучения) / Воронежский государственный агр- арный университет ; [сост. : О. В. Василенко, Е. А. Си- волапова ; под ред. В. Н. Плаксина] - Воронеж: Воронеж- ский государственный аграрный университет, 2020 [ПТ]	ЭИ
	Социология массовых коммуникаций в сельских общно- стях [Электронный ресурс]: методические рекомендации по изучению дисциплины для бакалавров, обучающихся по направлению 38.03.04 "Государственное и муницип- альное управление", профиль подготовки "Муниципаль- ное управление сельских территорий" (очного и заочного обучения) / Воронежский государственный аграрный университет ; [сост. : О. В. Василенко, Е. А. Сиволапова] - Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет, 2019 [ПТ]	ЭИ
2.3. Периодиче- ские издания	Вестник Воронежского государственного аграрного уни- верситета: теоретический и научно-практический журнал / Воронеж. гос. аграр. ун-т - Воронеж: ВГАУ, 1998-	В подписке
	Полис: Политические исследования: Научный и обще- ственно-политический журнал - Москва: Прогресс, 1991-	В подписке
	Социально-экономические явления и процессы: между- народный журнал: [16+] / Тамбовский государственный университет ; Циндаоский университет, Китай ; Универ- ситет штата Индиана, США - Тамбов: Издательский дом Тамбовского государственного университета, 2013	В подписке

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интер- нет», необходимых для освоения дисциплины.

- Официальный сайт Правительства Российской Федерации <http://www.gov.ru>
- Официальный сайт Президента Российской Федерации <http://www.kremlin.ru>
- Официальный сайт Минфина РФ: <http://minfin.ru/ru/>
- Счетная палата Российской Федерации <http://www.ach.gov.ru>
- Professional Risk Managers' International Association <http://www.prmia.org>
- Global Association of Risk Professionals <http://www.garp.com>
- International Organization of Securities Commissions <http://www.iosco.org>
- Basle Committee on Banking Supervision <http://www.bis.org>
- Национальная Фондовая Ассоциация <http://www.nfa.ru>

- Центр Статистических Исследований <http://www.riskcontrol.ru>
- Главное финансовое управление Воронежской области <http://www.gfu.vrn.ru/>
- Воронежская областная Дума <http://www.vrnoblduma.ru/>

Электронные полнотекстовые ресурсы Научной библиотеки ВГАУ  
[\(http://library.vsau.ru/\)](http://library.vsau.ru/)

<b>Перечень документов, подтверждающих наличие/право использования цифровых (электронных) библиотек, ЭБС</b> (за период, соответствующий сроку получения образования по ОП)			
<b>Учебный год</b>	<b>№ п/п</b>	<b>Наименование документа с указанием реквизитов</b>	<b>Срок действия</b>
2017/2018	1.	Контракт № 633/ДУ от 04.07.2017 (ЭБС «ЛАНЬ»)	08.08.2017 – 08.08.2018
	2.	Контракт № 1305/ДУ от 29.12.2016 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	09.01.2017 – 31.12.2017
	3.	Контракт № 240/ДУ от 19.02.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	09.01.2018 – 31.12.2018
	4.	Контракт № 587/ДУ от 20.06.2017 («Национальный цифровой ресурс «Рукопт»)	20.06.2017 – 20.06.2018
	5.	Контракт № 1281/ДУ от 12.12.2017 (ЭБС E-library)	12.12.2017 – 11.12.2018
	6.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017 (Национальная электронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 -28.03.2022
	7.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ № 33 от 19.01.2016	Бессрочно
2018/2019	1.	Контракт № 784/ДУ от 24.09.2018 (ЭБС «ЛАНЬ»)	24.09.2018 – 24.09.2019
	2.	Контракт № 240/ДУ от 19.02.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	09.01.2018 – 31.12.2018
	3.	Контракт № 1184/ДУ от 28.12.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2019 – 31.12.2019
	4.	Контракт 626/ДУ от 25.07.2018 (ЭБС ЮРАЙТ)	25.07.2018 – 30.07.2019
	5.	Договор на безвозмездное использование произведений в ЭБС ЮРАЙТ № 4-ИУ от 04.07.2018	04.07.2018 – 31.07.2019
	6.	Лицензионный контракт № 4319/18 627/ДУ от 25.07.2018 (ЭБС IPRbooks)	25.07.2018 – 25.01.2019
	7.	Лицензионный контракт № 1172/ДУ от 24.12.2018 (ЭБС IPRbooks)	25.01.2019 – 31.07.2019
	8.	Контракт № 1281/ДУ от 12.12.2017 (ЭБС E-library)	12.12.2017 – 11.12.2018
	9.	Контракт № 919/ДУ от 22.10.2018 (ЭБС E-library)	22.10.2018 – 21.10.2019
	10.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017, Национальная электронная библиотека (НЭБ)	28.03.2017 -28.03.2022
	11.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ № 33 от 19.01.2016	Бессрочно
2019/2020	1.	Контракт № 488/ДУ от 16.07.2019 (ЭБС «ЛАНЬ»)	24.09.2019 – 24.09.2020
	2.	Контракт № 4204 ЭБС/959/ДУ от 24.12.2019 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2020-31.12.2020
	3.	Контракт № 1184/ДУ от 28.12.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2019 – 31.12.2019
	4.	Договор на безвозмездное использование произведений в ЭБС ЮРАЙТ № 7-ИУ от 11.06.2019	01.08.2019 – 30.07.2020
	5.	Контракт № 487/ДУ от 16.07.2019 (ЭБС IPRbooks)	01.08.2019 - 31.07.2020
	6.	Контракт № 919/ДУ от 22.10.2018 (ЭБС E-library)	22.10.2018 – 21.10.2019
	7.	Контракт № 878/ДУ от 28.11.2019 (ЭБС E-library)	28.11.2019-27.11.2020
	8.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017 (Национальная электронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 -28.03.2022
	9.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ № 33 от 19.01.2016	Бессрочно

2020/2021	1.	Контракт № 503-ДУ от 14.09.2020. (ЭБС «ЛАНЬ»)	14.09.2020 – 13.09.2021
	2.	Контракт № 4204эбс-959-ДУ от 24.12.2019. (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2020 – 31.12.2020
	3.	Контракт № 392 от 03.07.2020. (ЭБС ЮРАЙТ – (ВО))	01.08.2020 – 31.07.2021
	4.	Контракт № 426-ДУ от 27.07.2020. ЭБС (ЭБС IPRbooks)	01.08.2020 – 31.07.2021
	5.	Контракт № 878/ДУ от 28.11.2019 (ЭБС E-library)	28.11.2019-27.11.2020
	6.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017 (Национальная электронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 -28.03.2022
	7.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ № 33 от 19.01.2016	Бессрочно

### 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	занятия лекционного типа	MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer, Elearning	-	+	+
2	занятия семинарского типа	MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer, Elearning	+	+	+

#### 6.3.2. Аудио- и видеопособия.

Не предусмотрены.

#### 6.3.3. Компьютерные презентации учебных курсов

Средства массовых коммуникаций как социальная подсистема	есть
Средства массовых коммуникаций как социальный институт и вид бизнеса	есть
Деятельность публичных релейшнз (PR)	есть
Коммерческая и социальная реклама в средствах массовых коммуникаций	есть
Социологические методы исследования аудитории СМК	есть
Тенденции развития массовых коммуникаций и ее исследований	есть
Воздействие в массовых коммуникациях	есть

## 7. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине


Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнитель-
--	---



обеспечения	но указывается наименование организации, с которой заключен договор)
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, используемое программное обеспечение : MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer, Elearning	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия;	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, индивидуальных и групповых консультаций: комплект учебной мебели, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, используемое программное обеспечение -MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer, Elearning	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: мебель для хранения и обслуживания учебного оборудования, набор демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.272
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: мебель для хранения и обслуживания учебного оборудования, специализированное оборудование для ремонта компьютеров	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.117, 118
Помещение для самостоятельной работы: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду	394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а. 113, 115, 116, 119 120, 122, 123а, 126, 219, 220, 224, 241, 273 (с 16.00 до 20.00), 232а

## 8. Междисциплинарные связи

### Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами специальности

Наименование дисциплины, с которой проводилось согласование	Кафедра	Предложения об изменениях в рабочей программе. Заключение об итогах согласования	Подпись заведующего кафедрой
Построение межличностных, групповых и организационных коммуникаций	Гуманитарных дисциплин, гражданского и уголовного права	Согласовано	
Управление общественными отношениями	Гуманитарных дисциплин, гражданского и уголовного права	Согласовано	