Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Образовательная программа
42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»

Обязательный минимум освоения учебной дисциплины
«СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Доцент Пустовойт Ю. А. pustovoyt-ya@ranepa.ru

I. В ходе освоения дисциплины студентом должны быть выполнены и сданы:

1. Практическая работа «Анализ материалов СМИ» (15 баллов);
2. Практическая работа «Выбор оптики анализа» (15 баллов);
3. Контрольная работа (10 баллов);
4. Презентация микроисследования «Анализ аудиовизуального текста» (20 баллов);
5. Презентация микроисследования «Анализ СМИ» (20 баллов)
6. Экзамен (20 баллов)

II. По окончании изучения дисциплины студент должен продемонстрировать:

1. На уровне знаний. Знать теоретические подходы к анализу СМК
2. На уровне умений. Уметь определять ключевые характеристики целевых аудиторий и выбирать наиболее эффективные способы коммуникации.
3. На уровне навыков. Владеть социологическими методами сбора и анализа эмпирических данных при проведении рекламных компаний

III. Аттестация по дисциплине предусмотрена в форме зачета с оценкой который будет проходить в форме собеседования по всем темам курса и обсуждения студенческого эссе на актуальную и индивидуально подобранную тему. Итоговая оценка по дисциплине складывается из накопленных баллов за выполнение вышеуказанных заданий. При желании студента экзамен может быть проведен в традиционной форме (2 вопроса)

100-балльная шкала	**5-балльная шкала**
0 - 50	Неудовлетворительно
51 – 65	Удовлетворительно
66 – 84	Хорошо
85– 100	Отлично

IV. Краткий перечень обязательных учебно-методических материалов для подготовки к экзамену:

1. Баранова, Е. В. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. В. Баранова. – Электрон. данные. – Минск : Вышэйшая школа, 2012. – 176 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=136231&sr=1, требуется авторизация (дата обращения: 16.08.2016). – Загл. с экрана.
2. Березняков, Д. В. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по специальности 030602.65 - Связи с общественностью / Д. В. Березняков ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2010. - 173 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа: http://www.sapanet.ru, требуется авторизация (дата обращения: 21.07.14). - Загл. с экрана.

3. Полуэхтова, И. А. Социология массовой коммуникации. Часть 1 [Электронный ресурс] : курс лекций / И.А. Полуэхтова. - Электрон. дан. - Москва : Моск. гуманитар. ун-т, 2012. - 96 с. - Доступ из ЭБС «IPRbooks. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/14530, требуется авторизация (дата обращения: 16.07.2016). - Загл. с экрана.
4. Романов, А. А. Массовые коммуникации [Электронный ресурс] : учебно-практ. пособие / А. А. Романов. – Электрон. дан. - Москва : Евраз. открытый ин-т, 2010. – 175 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93162&sr=1, требуется авторизация (дата обращения: 16.07.2016). – Загл. с экрана.
5. Шарков, Ф. И. Коммуникология : социология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К : Изд-во Шаркова, 2012. - 318 с. – То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС «IPRbooks. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10932, требуется авторизация (дата обращения: 16.07.2016). – Загл. с экрана.