Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)
Калужский филиал Финуниверситета
Кафедра «Учет и менеджмент»

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор Калужского филиала Финуниверситета

_____ В.А. Матчинов

«30» июня 2025 г.

Денисова Е.В.

СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
39.03.01 «Социология»
Образовательная программа «Экономическая социология»
Очная форма обучения

Рекомендовано Ученым советом Калужского филиала Финуниверситета (протокол №30 от 30.06.2025 г.)

Одобрено кафедрой «Учет и менеджмент» Калужского филиала Финуниверситета (протокол №15 от 15 мая 2025 г.)

КАЛУГА 2025

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины «Социология массовых коммуникаций» студентам, обучающимся по направлению подготовки 39.03.01 «Социология», образовательная программа «Экономическая социология» по очной форме обучения.

В рабочей программе излагаются планируемые результаты освоения дисциплины, содержание дисциплины, тематика и содержание семинаров и практических занятий, технологии их проведения. В рабочей программе дисциплины приводится перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся, фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся, перечень основной и дополнительной литературы, а также ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

СОГЛАСОВАНО:
Заместитель директора
по учебно-методической работе _____ /Орловцева О.М./
«30» июня 2025 г.

Начальник учебно-методического отдела _____ /Толстикова В.С./
«30» июня 2025 г.

Заведующий кафедрой
«Учет и менеджмент», доцент _____ /Губернаторова Н.Н./
«30» июня 2025 г.

Содержание

1.Наименование дисциплины 4
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине 4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы 5
4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся 5
5. Содержание дисциплины, структурированное но темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий 5
5.1 Содержание дисциплины 5
5.2 Учебно-тематический план 8
5.3 Содержание семинаров, практических занятий 9
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине 11
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы 11
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 12
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины 13
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 14
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 16
10.1 Комплект лицензионного программного обеспечения 16
10.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 16
10.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации 16
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине 16

1.Наименование дисциплины

Б.1.2.2.2.4.2. «Социология массовых коммуникаций».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКН-1	Способен применять современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности социолога	Осуществляет поиск информации в глобальных компьютерных сетях для выявления тенденций, закономерностей и противоречий.	Знания: основных способов и приемов поиска информации в глобальных компьютерных сетях. Принципов социологического анализа для выявления тенденций, закономерностей и противоречий в массовых коммуникациях. Умения: применять релевантные способы и приемы поиска информации в глобальных компьютерных сетях в соответствии с целью и задачами социологического проекта. Выявлять тенденции, закономерности и противоречия в массиве социальной информации.
		Отбирает релевантные источники информации для решения профессиональны х задач.	Знания: принципов отбора и проверки достоверности социальной информации для решения профессиональных задач. Умения: применять теоретические знания на практике для отбора релевантной информации.
		Владеет специализированными пакетами прикладных программ (Microsoft Excel, SPSS и др.).	Знания: базовых способов, методов и приемов работы с данными в пакетах прикладных программ (Microsoft Excel, SPSS и др.). Умения: использовать специализированные пакеты прикладных программ (Microsoft Excel, SPSS и др.) в целях обработки, систематизации и анализа данных в области социологии массовых коммуникаций.
ПКП-5	Способность осуществлять контроль качества сбора данных, создавать базу данных и проводить коррекцию выборки с использованием программных и технических средств	Контролирует качество сбора данных из первичных и вторичных источников в сфере экономики и финансов	Знания: способов сбора и контроля, сбора данных из первичных и вторичных источников в сфере экономики и финансов. Умения: отбирать релевантные источники информации, выстраивать систему контроля сбора данных в сфере экономики и финансов.
		Создает базы данных с использованием современных программных и технических средств, исходя из целей и задач социологического проекта	Знания: принципов и методов разработки баз данных. Программное обеспечение и технические средства разработки баз данных. Умения: использовать современные программные и технические средства, исходя из целей и задач социологического проекта. Выстраивать социальную коммуникацию с заказчиками и участниками исследования, исходя из целей и задач социологического проекта

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» является дисциплиной модуля «Тенденции развития рекламы и масс- медиа» дисциплин профиля части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана основной образовательной программы по направлению подготовки 39.03.01 Социология образовательная программа «Экономическая социология»

4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 2

Вид учебной работы но дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 6 (в часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	108 (3 з/е)	-	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	34	-	34
Лекции	16	-	16
Семинары, практические занятия	18	-	18
Самостоятельная работа	74	-	74
Вид текущего контроля	Контрольная работа	-	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	-	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное но темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1 Содержание дисциплины

Тема 1. Социология массовой коммуникации в системе социологического знания

Система категорий курса «Социология массовых коммуникаций» и его структура. Объект и предмет исследования социологии массовой коммуникации. Структура наук о массовой коммуникации, особенности социологического подхода. Уровни социологического изучения массовой коммуникации: методологический анализ, специальная социологическая теория массовой коммуникации, эмпирические исследования. Место социологии массовой коммуникации в системе социологического знания.

Тема 2. История развития социологии массовой коммуникации

Изучение коммуникации как социального явления. Зарубежные исследования массовой коммуникации (М.Вебер). Этапы развития социологии массовых коммуникаций (У. Липпман, Т. Адорно, Г. Лассуэлл, Э.Дэннис, Г.Маклюэн, Б.Берельсон, Д.Маккуэйл). Теория волшебной пули. Концепция удовлетворения потребности аудитории. Теория культивации. Эволюция рекламы в России. СМК в информационном обществе и процессы глобализации. Информационное общество как новая историческая фаза развития цивилизации. Мир как «большая деревня». Систематизация процесса становления информационного общества (Ракитов А.И.). Характеристика массовых коммуникаций как новой реальности. Интернет как новое средство коммуникации. «Коммуникативная демократия».

Тема 3. Роль массовой коммуникации в формировании общественного мнения

Плюрализм подходов к определению сущностиобщественного мнения. Специфика подхода к изучению ОМ в трудах российских ученых (Уделов АК, Грушин Б.А., Здравомыслов А.Г., Левада Ю.А., Ядов В.А. и др. российских авторов. Методы воздействия на общественное мнение. Особенности при работе с общественным мнением. Внушение и пропаганда при работе с общественным мнением.

Манипулятивные технологии как формы воздействия на аудиторию. Формы работы с информацией для проведения успешной манипуляции. Условия успешной манипуляции – контроль за «внешними» переменными ситуации взаимодействия (физическое окружение, культурный и социальный контексты). Распределение ролей при манипуляции. Сценарии манипуляции. Манипулятивные технологии в межличностном взаимодействии.

Тема 4. Социологические методы исследования аудитории в массовой коммуникации

Социологические методы исследования аудитории через системный анализ, комплексный подход и программно-целевое планирование, позволяющее оценить прогнозные тенденции и закономерности состояния рынка, поведение целевых аудиторий покупателей с использованием причинно-следственных связей.

Специфика количественных и качественных методов в исследовании аудитории и эффектов СМИ. Особенности практического выполнения исследований (аналитико-прогностические методы). Направления прикладного характера: методы экспертных оценок, медиаметрия, социологический анализ.

Тема 5. Семиотика и культура коммуникации

Понятие языка коммуникации. Основные семиотические и мифологические модели коммуникации Понятие знака. Типология знака. Специфика иконического, конвенционального и индексального знаков. Синтактика, семантика и прагматика знаков.

Сущность и специфика понятий «межкультурная коммуникация» и «взаимодействие культур». Г. Трейгер и Э. Холл о «межкультурной (кросскультурной, межэтнической) коммуникации». Формы межкультурной коммуникации. Межкультурная коммуникация на микро и макроуровнях. Результаты межкультурной коммуникации.

Тема 6. Самопрезентация и личные контакты в социальной коммуникации

Основы невербального общения. Дистанционное общение (особенности написание документов, резюме, правила ведение телефонного разговора, особенности написание деловых писем). Правила проведения совещания, собеседования, переговоров.

Теория самопрезентации Б. Шленкера. Классификация самопрезентаций. Мотивы самопрезентации. Шкала самомониторинга М. Снайдера.Драматургический подход к самопрезентации И. Гофмана. Стратегии и тактики самопрезентации. Особенности создания положительного имиджа. Имидж и репутация.

Тема 7. СМИ в системе массовых коммуникаций

Место средств массовой информации в процессах массовой коммуникации. Средства массовой информации как «четвертая власть». Массовая информация как информация, предназначенная для уровня массового сознания, ее отличие от информации, предназначенной для уровня специализированного сознания. Особенности публицистики как типа творческой реализации в процессе массово-коммуникативной деятельности. Взаимодействие власти и прессы. Правовые нормы, регулирующие деятельность массовой коммуникации (закон РФ о СМИ, Федеральный закон РФ «Об информации, информатизации и защите информации» и др.). Общественные требования к средствам массовой информации. Мировой опыт общественных советов в функционировании массовой коммуникации. Концепция общественного вещания. Возможности общественного вещания в Российской Федерации.

Тема 8. Массовая коммуникация в системе экономических и политических отношений

Экономические факторы и условия свободы средств массовой информации. Модель независимой прессы в контексте рыночных отношений. Государственные и негосударственные средства массовой информации. Гарантии плюрализма мнений. Национальные особенности организации информационной инфраструктуры. Глобализация информационных процессов на современном этапе. Транснациональные экономические и информационные потоки в современном обществе, влияние их на национальные культуры, на национальные ценности.

Особенности политической коммуникации. Лоббизм и средства массовой информации. Имидж политика через призму средств массовой информации. Политический маркетинг как «продажа политического товара». Политическая реклама в средствах массовой информации. Три типа влияния средств массовой информации на участников предвыборных кампаний: активация, помогающая сделать выбор; усиление убежденности в правильности выбора; конверсия - переход на другие позиции.

5.2 Учебно-тематический план

Таблица 3

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа-Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1.	Социология массовой коммуникации в системе социологического знания	10	1	1	-	9	Устный опрос, доклады, дискуссии, презентации, тесты
2.	История развития социологии массовой коммуникации	10	3	1	2	7	Устный опрос, письменная работа, тесты, презентации. Ролевая игра.
3.	Роль массовой коммуникации в формировании общественного мнения	11	4	2	2	7	Устный опрос, доклады, дискуссии, презентации, тесты, письменные работы.
4.	Социологические методы исследования аудитории в массовой коммуникации	22	6	2	4	16	Устный опрос, доклады, дискуссии, презентации, тесты, письменные работы. Контрольная работа.
5.	Семиотика коммуникации	11	4	2	2	7	Устный опрос, доклады, дискуссии, презентации. Письменный опрос.
6.	Самопрезентация и личные контакты в социальной коммуникации	11	4	2	2	7	Устный опрос, доклады, дискуссии, презентации, тесты, письменные работы
7.	СМИ в системе массовых коммуникаций	11	4	2	2	7	Устный опрос, доклады, дискуссии, презентации, тесты
8.	Массовая коммуникация в системе экономических и политических отношений	22	8	4	4	14	Устный опрос, доклады, дискуссии, презентации, тесты
	В целом по дисциплине	**108**	**34**	**16**	**18**	**74**	Согласно учебному плану: контрольная работа
	Итого в %	**100%**	**31%**	**15%**	**16%**	**69%**	

5.3 Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 7,8 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
1. Социология массовой коммуникации в системе социологического знания	1. Структура наук о массовой коммуникации, особенности социологического подхода. 2. Уровни социологического изучения массовой коммуникации: методологический анализ, специальная социологическая теория массовой коммуникации, эмпирические исследования. Рекомендуемые источники из разделов 7,8,9: 7.1,7.3; 8.1.-8.3	Презентации и выступление с докладами (анализ основных теорий)
2. История развития СМК	1. Зарубежные исследования массовой коммуникации (М. Вебер). 2.Этапы развития социологии массовых коммуникаций (У. Липпман, Т. Адорно, Г. Лассуэлл, Э. Дэннис, Г. Маклюэн, Б. Берельсон, Д. Маккуэйл). 3.Теория волшебной пули. 4.Концепция удовлетворения потребности аудитории. 5.Теория культивации. 7.1, 7.3, 7.4; 8.1.-7.6 6. СМК в информационном обществе и процессы глобализации. «Коммуникативная демократия». Рекомендуемые источники из разделов 7,8: 7.2, 7.3; 8.1-8.6	Презентации и выступление с докладами (анализ основных теорий)
3. Роль массовых коммуникаций в формировании общественного мнения	1.Сущность общественного мнения. 2.Методы воздействия на общественное мнение. 3.Особенности при работе с общественным мнением. 4.Внушение и пропаганда при работе с общественным мнением. Рекомендуемые источники из разделов 7,8: 7.3, 7.2; 8.1-8.6	Презентации и выступление с докладами
4.Социологические методы исследования аудитории в массовой коммуникации	1.Социологические методы исследования аудитории. 2. Особенности практического выполнения исследований (аналитико-прогностические методы). 3.Направления прикладного характера: методы экспертных оценок, медиаметрия, социологический анализ. 4. Манипулятивные технологии как формы воздействия на аудиторию Рекомендуемые источники из разделов 7,8: 7.1, 7.3; 8.1, 8.3, 8.5	Проведение исследований с использованием социологических методов
5. Семиотика коммуникации	1.Понятие языка коммуникации. 2.Основные семиотические и мифологические модели коммуникации. 3.Понятие знака. Типология знака. 4.Специфика иконического, конвенционального и индексального знаков. 5.Синтактика, семантика и прагматика знаков. Рекомендуемые источники из разделов 7,8: 7.2, 8.3	Презентации и выступление с докладами
6.Самопрезентация и личные контакты в социальной	1.Классификация самопрезентаций. 2.Мотивы самопрезентации. 3.Шкала самомониторинга М. Снайдера.	Презентации и выступление с докладами

коммуникации	4.Особенности создания положительного имиджа. 5.Имидж и репутация. 6. Личные контакты в СК. Правила проведения совещания, собеседования, переговоров. 7. Драматургический подход к самопрезентации И. Гофмана. Рекомендуемые источники из разделов 7,8: 7.2, 7.3, 7.4	
7.СМИ в системе массовых коммуникаций	1.Место средств массовой информации в процессах массовой коммуникации. 2.Средства массовой информации как «четвертая власть». 3.Особенности публицистики как типа творческой реализации в процессе массово - коммуникативной деятельности. 4. Правовые нормы, регулирующие деятельность массовой коммуникации (закон РФ о СМИ, Федеральный закон РФ «Об информации, информатизации и защите информации» и др.). Рекомендуемые источники из разделов 7,8: 7.1, 7.4, 7.5-7.7; 8.1-8.6	Презентации и выступление с докладами
8. Массовая коммуникация в системе экономических и политических отношений	1.Экономические факторы и условия свободы средств массовой информации. 2.Государственные и негосударственные средства массовой информации. 3.Гарантии плюрализма мнений. 4.Национальные особенности организации информационной инфраструктуры. 5.Глобализация информационных процессов на современном этапе. 6.Транснациональные экономические и информационные потоки в современном обществе, влияние их на национальные культуры, на национальные ценности. 7. Особенности политической коммуникации. Лоббизм и средства массовой информации. 8. Политический маркетинг как «продажа политического товара». 9. Три типа влияния средств массовой информации на участников предвыборных кампаний: активация, помогающая сделать выбор; усиление убежденности в правильности выбора; конверсия - переход на другие позиции Рекомендуемые источники из разделов 7,8: 7.1, 7.5-7.7; 8.1-8.6	Презентации и выступление с докладами

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 5

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
1. Социология массовой коммуникации в системе социологического знания	1. Место социологии массовой коммуникации в системе социологического знания. 2. Роль социологических исследований массовой коммуникации в жизни общества (описание, объяснение, выработка рекомендаций по оптимизации функционирования изучаемого объекта, прогноз социального развития).	-работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка презентаций по теме
2. История развития СМК	1. Этапы развития социологии массовых коммуникаций (У. Липпман, Т. Адорно, Г. Лассуэлл, Э.Дэннис, Г. Маклюэн, Б. Берельсон, Д.Маккуэйл). 2. Эволюция рекламы в России. 3. Информационное общество как новая историческая фаза развития цивилизации. 4. Мир как «большая деревня». Систематизация процесса становления информационного общества (Ракитов А.И.). 5. «Коммуникативная демократия».	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка презентаций по теме
3. Роль массовых коммуникаций в формировании общественного мнения	1.Сущность общественного мнения. 2.Методы воздействия на общественное мнение. 3.Особенности при работе с общественным мнением. 4.Внушение и пропаганда при работе с общественным мнением. 5. Технологии и способы манипулирования общественным мнением. 6. Общественное мнение и рекламные манипулятивные технологии.	-работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка презентаций по теме
4. Социологические методы исследования аудитории в массовой коммуникации	1.Социологические методы исследования аудитории. 2. Особенности практического выполнения исследований (аналитико-прогностические методы). 3.Направления прикладного характера: методы экспертных оценок, медиаметрия, социологический анализ.	-работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка презентаций по теме
5. Семиотика коммуникации	1.Понятие языка коммуникации. 2.Основные семиотические и мифологические модели коммуникации 3.Понятие знака. Типология знака. 4.Специфика иконического, конвенционального и индексального знаков. 5.Синтактика, семантика и прагматика знаков.	-работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка презентаций по теме

6.Самопрезентация и личные контакты в социальной коммуникации	1. Классификация самопрезентаций. 2. Мотивы самопрезентации. 3. Шкала самомониторинга М. Снайдера. 4. Особенности создания положительного имиджа. 5. Имидж и репутация.	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка презентаций по теме
7. СМИ в системе МК	1. Место средств массовой информации в процессах массовой коммуникации. 2. Средства массовой информации как «четвертая власть». 3. Различия в понимании и роли средств массовой информации в политике: тоталитаризм, авторитаризм, демократия 4. Роль государства в обеспечении прав, свобод и обязанностей в массовой коммуникации. 5. Специфика проблемы свободы слова и информации в массовой коммуникации. 6. Социально-политические и юридические аспекты осуществления принципа свободы слова и информации.	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка презентаций по теме
8. Массовая коммуникация в системе экономических и политических отношений	1. Проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала. 2. Производство информационного продукта. 3. Влияние различных форм собственности (частная, государственная, общественная) на функционирование СМК 4. Лоббизм и средства массовой информации. 5. Имидж политика через призму средств массовой информации. 6. Политический маркетинг как «продажа политического товара». 7. Политическая реклама в средствах массовой информации.	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка презентаций по теме

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / Под ред. Л.И. Чернышовой.— Москва: Финансовый университет, Департамент социологии, 2018. — 329 с. – Образовательный портал Финуниверситета. - URL: Mm_Delovcomm_bSoc_18.pdf. – Режим доступа: Дисциплина: Деловые коммуникации. - Учебные материалы). – Текст : электронный. – Только для зарег.пользователей.

2. Ореховская, Н.А. Социальные коммуникации: учебник для студентов вузов, обуч. по направ. подгот. "Социология" (квалификация (степень) "бакалавр") / Н.А. Ореховская. - Москва: Альфа-М, 2019. - 224 с. – Текст : непосредственный. – То же. – 2021. - ЭБС ZNANIUM.com. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1230217. – Текст : электронный.

3. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 603 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/498761. — Текст : электронный.

Дополнительная литература

4. Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации : учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 336 с. - (Бакалавриат). - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1836637. – Текст : электронный.

Периодическая литература:

Журналы:

1. СОЦИС https://www.socis.isras.ru/
2. Журнал социологических исследований https://znanium.com/catalog/magazines // ЭБС ZNANIUM.com [сайт]
3. Экономическая социология https://ecsoc.hse.ru/

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Институт социологии РАН. — https://www.isras.ru/
2. Институт социально-политических исследований. - http://www.ispr.ras.ru/; испи.рф
3. Московский государственный университет им. Ломоносова. - http://www.socio.msu.ru/
4. НИУ ВШЭhttps://www.hse.ru/
5. Электронные ресурсы БИК

- Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) http://elib.fa.ru/
- Электронно-библиотечная система BOOK.RU http://www.book.ru
- Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» http://biblioclub.ru/
- Электронно-библиотечная система Znanium http://www.znanium.com
- Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» https://urait.ru/
- Электронно-библиотечная система издательства Проспект http://ebs.prospekt.org/books
- Электронно-библиотечная система издательства Лань https://e.lanbook.com/
- Деловая онлайн-библиотека AlpinaDigital http://lib.alpinadigital.ru/
- Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» https://grebennikon.ru/
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru http://elibrary.ru
- Национальная электронная библиотека http://нэб.рф/
- Academic Reference http://ar.cnki.net/ACADREF

- Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира http://search.ebscohost.com
- Электронная коллекция книг издательства Springer: SpringereBooks http://link.springer.com/
- База данных научных журналов издательства Wiley https://onlinelibrary.wiley.com/
- Цифровой архив научных журналов: http://arch.neicon.ru/xmlui

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучающимся в рамках самостоятельной работы следует использовать Методические рекомендации по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденные Приказом ректора №1040/о от 11.05.2021 г.

Самостоятельная работа студентов проходит внеаудиторно. Организации самостоятельной работы служит учебно-тематический план изучения дисциплины. В данном плане указана тематика лекций, семинаров, вопросы и задания для самостоятельного изучения. Во время лекций необходимо конспектировать содержание лекции. После лекции необходимо отредактировать записи, оформить конспект, дополняя его содержание дополнительной информацией. При оформлении конспекта целесообразно выделять названия тем и формулировки вопросов, основные определения, примеры.

При подготовке к семинару необходимо изучить вопросы семинара, соответствующий теоретический материал, делая для себя необходимые записи в рабочей тетради. После занятий необходимо просмотреть записанные решения и восстановить в решениях имеющиеся пробелы.

При затруднении в решении практических вопросов (задач), можно обратиться за консультацией (помощью) к преподавателю. Семинары проходят, как правило, в интерактивной форме и преподаватель учитывает активность обучающихся, направленную на решение предложенных вопросов (вариантов задач), а также вариантов ответов на решаемые вопросы (проблемы).

Не следует бояться дать неверный ответ или допустить иную ошибку: исправление и анализ ошибок в режиме общения с преподавателем и сокурсниками в ходе семинара способствует более глубокому освоению учебного материала и предупреждает возникновение ошибок в дальнейшем. Домашние задания (подготовку к занятиям) следует осуществлять регулярно. Если то или иное задание, при подготовке к семинару вызвало затруднение, необходимо обратиться к преподавателю за консультацией. Регулярность в выполнении домашних заданий (подготовке к занятиям) - важный фактор качественного освоения дисциплины.

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья

Профессорско-преподавательский состав знакомится с психологофизиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социальноактивные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учётом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем. Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ. Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей.

Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорнодвигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения). Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы.

Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата). При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы предусмотрены в «Методических рекомендациях по подготовке написанию и оформлению контрольной работы », разрабатываемой преподавателем кафедры на учебный год, в котором реализуется учебная дисциплины

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

10.1 Комплект лицензионного программного обеспечения

1. Антивирусная защита Windows defender
2. Astra Linux, Libre Office

10.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»;
2. Информационно-правовая система «Гарант»;

10.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены

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

Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения

Специализированная мебель:

Стол (учительский) – 1шт.
Стол студенческий двухместный – 14 шт.
Столы для автоматизированных рабочих мест (двухместные) - 9 шт.
Стулья – 45 шт.
Стул для преподавателя – 1 шт.
Доска интерактивная – 1шт.
Кафедра – 1шт

Технические средства обучения:

Компьютеры (для обучающихся) - 9 шт.
Компьютер для преподавателя – 1 шт.

- для самостоятельной работы обучающихся предусмотрено помещение для самостоятельной работы (библиотека, читальный зал с выходом в интернет):

Помещение для самостоятельной работы

(Библиотека, читальный зал с выходом в интернет)

Мебель:

Стол студенческий двухместный – 9 шт.

Столы для автоматизированных рабочих мест (двухместные) - 4 шт.

Стулья – 26 шт.

Рабочее место библиотекаря:

Стол – 1 шт.

Стул – 1 шт.

Стеллажи для книг – 14 шт.

Шкаф закрытый для хранения учебного оборудования – 1 шт.

Каталожный шкаф – 1 шт.

Технические средства:

Компьютер с ПО для библиотекаря -1 шт.

Компьютер – 8 шт.

Комплект мультимедийного оборудования – 1 единица

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду Финуниверситета.

Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» предполагается:

- сопровождение курса лекций наглядной презентацией, включающей практические примеры, схемы, графики, табличный материал;
- рассмотрение на семинарских занятиях интерактивных ситуационных задач по проблематике дисциплины;
- деловые игры;
- разбор конкретных ситуаций, коллективное обсуждение проблем российской и зарубежной практики по изучаемым темам;
- виртуальное общение в течение срока изучения курса в целях обеспечения лекций и практических занятий необходимым материалом и также контроля самостоятельной работы студентов.