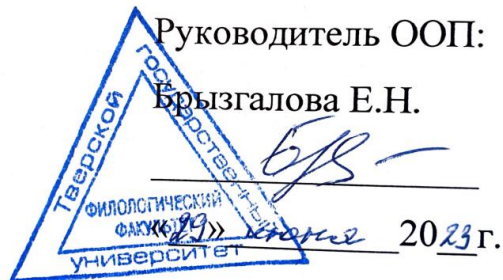


Документ подписан простой электронной подписью  
[Введите текст]  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 03.10.2023 16:07:17  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e97514e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП:  
Брызгалова Е.Н.



**АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Социология массовых коммуникаций**

Направление подготовки

**42.03.01 - Реклама и связи с общественностью**

Профиль подготовки

**Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

Для студентов 3 курса очной формы обучения

*Составитель: к.и.н., доцент кафедры социологии Парахонская Г.А.*

Тверь, 2023

## **I. Аннотация**

### **1. Цель и задачи дисциплины**

**Цель освоения дисциплины** – изучение студентами реального функционирования института СМК в современном социуме, социологических методов изучения этой деятельности, и, в связке с другими дисциплинами специализации в области связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по данному направлению обучения. изучение основных представлений о функционировании массовой коммуникации в обществе

**Задачами освоения дисциплины являются:**

- получение системного комплекса знаний о существовании в современном обществе информационной индустрии как социального института
- формирование представления о массовых коммуникациях как социальном институте, развитие которого тесно связано с развитием человеческой цивилизации, в частности, со сменой основных социально-политических и экономических укладов, с технологическими и техническими революциями
- понимание социологического подхода к деятельности СМК, как системы реально функционирующей в широком социальном контексте, включающим исторические модели организации СМК в национальных границах
- знакомство с социологическими методами, с помощью которых можно получить представление о качественных и количественных характеристиках основных звеньев коммуникативной цепи
- изучение зависимостей между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и деятельностью в сфере связей с общественностью
- рассмотрение места социологических знаний об СМК в процессе принятия решения в сфере деятельности по связям с общественностью
- изучение влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Учебная дисциплина «Социология массовых коммуникаций» входит в обязательную часть дисциплин учебного плана.

Содержательно учебная дисциплина тесно связана с дисциплинами профессионального цикла («Основы теории коммуникации», «Теория и практика PR»), закладывает основы знания для освоения дисциплин вариативной части профессионального цикла («Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью») и производственной практикой.

[Введите текст]

**Требования к «входным» знаниям и умениям обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:**

- знать основные категории теории коммуникации;
- уметь анализировать тексты.

Дисциплины, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

- Политические коммуникации;
- Технологии управления общественным мнением.

**3. Объем дисциплины:** 4 зачетных единицы, 144 академических часа, в том числе:  
**контактная аудиторная работа:** лекции 34 часа, практические занятия 17 часов;  
**самостоятельная работа:** 66 часов,  
**контроль:** 27 часов.

**4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Анализирует систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Применяет цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

[Введите текст]

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения экзамен в пятом семестре.**

**6. Язык преподавания русский.**