

АННОТАЦИЯ

на учебную дисциплину «Социология массовых коммуникаций»,
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Процесс изучения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

- *«способностью организовать и проводить социологические исследования» (ПК-10);*
- *«способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов» (ПК-11);*
- *«способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью» (СПК-5).*

Целью освоения учебной дисциплины «Социология массовых коммуникаций» является получение студентами необходимых знаний и помощь в овладении навыками в сфере социологического способа изучения массовой коммуникации; развитие самостоятельности мышления с учетом получения нового знания.

В ходе изучения дисциплины «**Социология массовых коммуникаций**» студенты **усваивают знания** об истории и современном состоянии массовой коммуникации; основах известных общетеоретических выводов и методологических подходов социологии массовой коммуникации, содержании основных концепций, теоретических позиций и основополагающих понятий, которые используются представителями мировой и отечественной науки в этой области; технологии проведения социологических исследований.

На основе приобретенных знаний **формируются умения** выделять главные проблемы и тенденции развития средств массовой коммуникации, самостоятельно разбираться в вопросах, касающихся места и роли средств массовой коммуникации в современной мировой и российской общественной жизни; научиться понимать смысл протекающих в сфере массовой коммуникации процессов; давать адекватные оценки реальных социальных и жизненных явлений.

Приобретаются навыки владения методами сбора информации, ее обработки и использования (социологический анализ главных средств массовой коммуникации), навыки составления и оформления материалов и отчетов.

Результаты освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» достигаются за счет использования в процессе обучения интерактивных методов и технологий формирования данных компетенций у студентов:

- лекции с применением мультимедийных технологий;
- проведение лабораторных работ с использованием ПК;
- вовлечения студентов в проектную деятельность (проведение социологических исследований).

Учебная дисциплина «Социология массовых коммуникаций» включена в базовую часть (Б1.1.12) учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Опирается на знания, полученные в ходе изучения курсов «Основы теории коммуникаций», «Социология», «Психология массовых коммуникаций», «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью», «Методы математической статистики в рекламе и связях с общественностью», «Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью» и готовит студента к изучению последующих дисциплин таких, как «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Политическая реклама/Социальная реклама» и прохождению производственной практики.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при осуществлении научно-исследовательской работы, при написании выпускной квалификационной работы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов для очной и заочной форм обучения).

Продолжительность изучения дисциплины – один семестр (5).

Форма промежуточной аттестации – экзамен.