



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)**

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

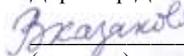
СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»


Т.Д. Лыкова
(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Департамента коммуникаций и медиа


В.А. Казакова
(подпись) (ФИО.)

«11» июня 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Психология и социология массовых коммуникаций

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Форма подготовки очная

курс 2 семестр 3

лекции 18 час.

практические занятия 18 час.

лабораторные работы не предусмотрены

в том числе с использованием МАО лек. /пр. 10 час.

всего часов аудиторной нагрузки 108 час.

в том числе с использованием МАО 10 час.

самостоятельная работа 45 час.

в том числе на подготовку к экзамену 27 час.

контрольные работы (количество) не предусмотрено

курсовая работа / курсовой проект: не предусмотрено

зачет семестр

экзамен 3 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 11.08.2016 № 997

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 10 от «10» июня 2019 г.

Директор Департамента канд.полит.наук, Казакова В.А.

Составитель (ли): к.соц.н. Захаркин Р.А., к.соц.н. Олейникова Е.Ю.

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Директор Департамента _____ В.А.Казакова

(подпись)

(И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Директор Департамента _____ В.А.Казакова

АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Психология и социология массовых коммуникаций» предназначена для студентов первого курса по направлению по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», разработана для бакалавров в соответствии с требованиями образовательного стандарта ДВФУ от 21.10.16 по данному направлению. Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.5.1). Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 ч), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (45 часов), часы на контроль (27 ч.).

Психология и социология массовой коммуникации является одним из отраслевых направлений психологии и социологии и включает в себя все сквозные элементы, присущие структуре психолого-социологического знания.

Деятельность массовой коммуникации как сформировавшегося вида социальной деятельности обратила на себя внимание ученых в первой четверти двадцатого столетия. Позже, в середине 40-х гг., проблемы деятельности массовой коммуникации привлекли внимание довольно широкого круга зарубежных социологов. К настоящему времени эта отрасль знания приобретает все большую актуальность как в междисциплинарной, так и во внутридисциплинарной матрице социологического знания.

Несмотря на свою «молодость», социология массовой коммуникации – одно из самых актуальных научно-исследовательских направлений, так как научно обоснованное исследование и эффективное управление социальным развитием через организуемое коммуникативное пространство выдвигается сегодня в число наиболее перспективных предметных областей фундаментальной социологии.

Дисциплина «Психология и социология массовых коммуникаций» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Теория

коммуникации и практика делового общения», «Психология массовой коммуникации», «Теория и практика массовой коммуникации», «Технологии управления общественным мнением в рекламе и связях с общественностью» и др.

Цели освоения дисциплины:

- изучение функционирования института СМК в современном социуме;
- ознакомление с психологическими и социологическими методами изучения их функционирования;
- формирование системного комплекса знаний о сфере массовой коммуникации.

Задачи дисциплины:

1. формирование представления об СМК как социальном институте;
2. получение системного комплекса знаний об информационной индустрии как социальном институте;
3. изучение влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение;
4. изучение социологических исследований в области функционирования СМК.

В результате изучения дисциплины «Психология и социология массовых коммуникаций» у обучающихся формируются следующие общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции/элементы:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-4 умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знает	Основные признаки массовой коммуникации как социального института, общие условия функционирования массовых коммуникаций.
	Умеет	Использовать базовые социологические теории массовых коммуникаций для организации и проведения коммуникационных кампаний.
	Владеет	Навыком формирования алгоритмов влияния на общественность с помощью СМК в рамках деятельности рекламы и связей с общественностью
ПК-3 владение навыками организационно-	Знает	Основные функции массовых коммуникаций как социального института для удовлетворения социальных потребностей, основные принципы

управленческой работы с малыми коллективами		распределения задач в коллективе с целью увеличения его эффективности.
	Умеет	Формировать концепцию воздействия СМК на аудиторию, делегировать полномочия, брать на себе лидерские функции, управлять коллективом в случае назначения руководителем.
	Владеет	Навыками выступления перед группой и установления в коллективе высокого уровня взаимопонимания.
ПК-10 способность проводить маркетинговые исследования	Знает	Основные понятия, относящиеся к области психологических и социологических исследований, классификацию исследований, основы выборки.
	Умеет	Формулировать различные типы вопросов для социологических опросов, определять тип выборки.
	Владеет	Навыком проведения социологических исследований в области влияния массовой коммуникации на общество.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Психология и социология массовых коммуникаций» применяются следующие методы интерактивного обучения: дискуссия, работа в малых группах.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (лекционные занятия - 18 часов)

Раздел I. Теоретический фундамент психологии и социологии массовых коммуникаций (6 часов).

Тема 1. Основные понятия социологии массовых коммуникаций (2 часа).

Определение термина «Социология МК». Определение объекта и предмета социологии массовых коммуникаций. Структура социологии МК. Значение социологии МК в общей структуре наук об обществе.

Определение массовой коммуникации. Характеристики и признаки массовой коммуникации. Линейная модель коммуникативного акта Г. Лассуэла. Коммуникаторы в коммуникативном акте. Массовая информация в коммуникативном акте.

Тема 2. Основные элементы массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации. (2 часа).

Роль средств передачи массовой коммуникации в коммуникативном акте. Аудитория как конечный получатель информации в коммуникативном акте. Реакция аудитории (обратная связь).

Основные социологические и психологические функции массовой коммуникации.

Тема 3. Эффективность и эффекты массовой коммуникации (2 часа).

Критерии эффективности массовой коммуникации. Определение эффектов массовой коммуникации. Виды эффектов. Позитивные и деструктивные для общества эффекты. Технологии привлечения внимания к контенту массовой коммуникации.

Раздел 2. Развитие социологических теорий массовых коммуникаций (8 часов).

Тема 4. Традиции исследования влияния массовой коммуникации на общество на Западе и в России (2 часа).

Условное разделение исследований массовой коммуникации на Западе на три этапа. Основные теории и персоналии первого этапа исследований. Основные теории и персоналии второго этапа исследований. Основные теории и персоналии третьего этапа исследований. Российская (советская) традиция исследований в рамках социологии массовых коммуникаций.

Тема 5. Теории массового общества и пропаганды (2 часа).

Подходы к массовым коммуникациям в Чикагской школе. Теория «волшебной пули» Г. Лассуэла. Теория пропаганды У. Липпмана. Полемика Д. Дьюи с Г. Лассуэлом и У. Липпманом.

Тема 6. Теории ограниченных эффектов (2 часа).

Теория двухступенчатого (многоступенчатого) потока информации П. Лазарсфельда. Теория изменения установок К. Ховланда. Когнитивный

диссонанс Л. Фестингера и селективные процессы. «Теория подкрепления» Д. Клаппера. Спираль молчания Э. Ноэль-Нойман.

Тема 7. Теории информационной эпохи (2 часа).

Представители Торонтской школы. Исследования Г. Инниса. Исследования Г. М. Маклюэна. Теории информационного общества Д. Белла, Г. Кана, З. Бжезинского. Теория «третьей волны» Э. Тоффлера.

Раздел 3. Проблемы эмпирических исследования массовых коммуникаций (4 часа)

Тема 8. Основы эмпирических психологических и социологических исследований (4 часа).

Основные этапы социологического исследования массовых коммуникаций. Понятие программы исследования. Классификация социологических исследований. Понятие методологии и методики исследования. Основы построения выборки. Типы выборки. Количественные и качественные социальные исследования.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (18 ч., в том числе 10 ч. с использованием интерактивных методов обучения)

Занятие 1. Возникновение и развитие массовой коммуникации в обществе. (2 ч. , в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме, дискуссия)

Определение массовой коммуникации. Отличие массовой коммуникации от межличностной и межгрупповой коммуникации. Отличие массовой коммуникации от профессиональной (специальной) коммуникации. Появление массовой коммуникации в обществе. Развитие массовой коммуникации в обществе.

Занятие 2. Массовое общество как среда для появления и существования массовой коммуникации (2 часа).

Определение массового общества. Индустриализация и урбанизация как факторы появления массового общества. Подходы к определению

феномена «масса» (социологический аспект) (Г. Блумер, Г. Лебон, Х. Ортега-и-Гассет и т.д.). Массы как основа массового общества. Массовое общество как среда существования массовой коммуникации. Массовая коммуникация как фактор поддержания и воспроизводства массового общества.

Занятие 3. Институциональный аспект массовой коммуникации. Структура системы средств массовой коммуникации (2 ч. , в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме, дискуссия)

Определение социального института. Массовая коммуникация как социальный институт. Массовая коммуникация и политическая сфера жизни общества. Проблема влияния массовой коммуникации на общество. Массовая коммуникация в системе социальной деятельности. Определение системы СМК. Требования к системе СМК.

Занятие 4. Теории структурно-функционального подхода в социологии массовой коммуникации (2 ч. , в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме, дискуссия)

Функциональный подход к исследованию массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации. Концепция индивидуального функционализма. Теория диффузии инноваций в рамках социологии массовой коммуникации. Феноменологическая теория в рамках социологии массовой коммуникации. Теория элитарного плюрализма в рамках социологии массовой коммуникации.

Занятие 5. Теории массового общества и пропаганды (2 часа).

Подходы к массовым коммуникациям в Чикагской школе. Теория «волшебной пули» Г. Лассуэла. Теория пропаганды У. Липпмана. Poleмика Д. Дьюи с Г. Лассуэлом и У. Липпманом.

Занятие 6. Теории ограниченных эффектов (2 ч. , в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме, дискуссия)

Теория двухступенчатого (многоступенчатого) потока информации П. Лазарсфельда. Теория изменения установок К. Ховланда. Когнитивный

диссонанс Л. Фестингера и селективные процессы. «Теория подкрепления»
Д. Клаппера. Спираль молчания Э. Ноэль-Нойман.

Занятие 7. Влияние на общество современных коммуникационных процессов (2 ч. , в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме, дискуссия)

Признаки, отличающие Интернет от других СМК. Преимущества и недостатки Интернет – СМИ. Определение понятия «журналистика сиюминутности». Негативные последствия «журналистики сиюминутности». Особенности онлайн журналистики. Понятие «кибержурналистики». Понятие и проблема «инфотейнмента». Новый медиактивизм и глобальные социальные движения.

Занятие 8. Разработка методологии социологического исследования (2 часа).

Объект, предмет, цель, задачи, гипотеза социологического исследования. Количественные и качественные исследования.

Занятие 9. Разработка методики социологического исследования (2 часа).

Основные понятия методики социологического исследования. Понятие выборки. Типы выборки. Основные типы опросов.

**III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Психология и социология массовых коммуникаций» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Теоретический фундамент психологии и социологии массовых коммуникаций	ОПК-4, ПК-10	Знает: базовую терминологию социологии МК	Выполнение практически заданий, Реферат, тест, дискуссия	Устный опрос (экзамен) вопросы №
			Умеет: применять соответствующую терминологию в своей деятельности, делегировать полномочия, эффективно управлять коллективом в случае назначения руководителем..		
			Владеет: навыками комплексного использования знаний теоретического и практического характера в деятельности массовой коммуникации.		
2	Развитие социологических теорий массовых коммуникаций	ОПК-4, ПК-3, ПК-10	Знает: основные признаки и функции массовых коммуникаций как социального института для удовлетворения социальных потребностей, основные принципы распределения задач в коллективе с целью увеличения его эффективности.	Выполнение практически заданий, Реферат, тест, дискуссия	Устный опрос (экзамен). Вопросы:
			Умеет: использовать базовые социологические теории массовых коммуникаций для организации и проведения коммуникационных кампаний.		

			Владеет: навыками установления в коллективе высокого уровня взаимопонимания и взаимовыручки.		
3	Проблемы эмпирических исследования массовых коммуникаций	ПК-10, ПК-3	<p>Знает: основные понятия, относящиеся к области психологических и социологических исследований, классификацию исследований, основы выборки.</p> <p>Умеет: формулировать различные типы вопросов для социологических опросов, определять тип выборки.</p> <p>Владеет: навыком проведения социологических исследований в области влияния массовой коммуникации на общество.</p>	Выполнение практических заданий, Реферат, тест, дискуссия	Устный опрос (экзамен). Вопросы:

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

Основная литература

1. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Бакулев Г.П. – Электрон. текстовые данные. – М.: Аспект Пресс, 2016. – 192 с. – <http://www.iprbookshop.ru/56991.html>
2. Доброзракова, Г.А. Современные теории массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Доброзракова Г.А. – Электрон. текстовые данные. – Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. – 93 с. <http://www.iprbookshop.ru/71884.html>
3. Социология и психология массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ — Электрон. текстовые данные.— Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2014. — 241 с. <http://www.iprbookshop.ru/72754.html>

Дополнительная литература

1. Евгеньева, Т.В. Психология массовой политической коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Евгеньева Т.В., Селезнева А.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2013.— 303 с. <http://www.iprbookshop.ru/54649.html>
2. Информация и общественное мнение [Электронный ресурс] : от репортажа в СМИ к реальным переменам / Ислам Румин, Андро Пьер-Ив, ДеллаВинье Стефано [и др.] ; пер. Т. Гутманпод ред. Ислам Румин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 296 с. <http://www.iprbookshop.ru/43619.html>
3. Латынов, В.В. Психология коммуникативного воздействия [Электронный ресурс]/ Латынов В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Институт психологии РАН, 2013.— 368 с. <http://www.iprbookshop.ru/32145.html>

4. Полуэхтова, И. А. Социология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : курс лекций / И. А. Полуэхтова, А. Ю. Солнышков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2013. — 108 с. <http://www.iprbookshop.ru/22464.html>

5. Франц, В. А. Управление общественным мнением [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. А. Франц. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 136 с. <http://www.iprbookshop.ru/66606.html>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR - Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR. Содержит новости, публикации, информацию о выставках и конференциях, законы о рекламе, информацию о профессиональных объединениях и т.п.- <http://www.advertology.ru/>

<http://www.inside-pr.ru> — Сайт сообщества внутренних коммуникаторов. Содержит новости из практики применения внутренних коммуникаций, описание современных технологий внутрикорпоративных связей с общественностью, примеры создания эффективных корпоративных коммуникаций на российском и зарубежном рынках.

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «Психология и социология массовых коммуникаций» выполняется по следующему алгоритму.

1. Вся основная теоретическая база излагается на лекциях, но для усвоения материала студентам предлагается и самостоятельное изучение теоретического материала.

Студенту для более глубокой проработки отдельных тем дисциплины в начале семестра предлагается список тем для подготовки реферата. Студент

выбирает тему и самостоятельно в течение семестра готовит реферат, который защищает в конце семестра. Реферат готовится в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению рефератов. Преподаватель контролирует результат индивидуальным собеседованием с проверкой письменной работы (реферата) по каждой теме самостоятельной работы.

2. Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими и семинарскими занятиями, на которых студенты отвечают на вопросы и вступают в коллективные обсуждения и дискуссии, выполняют самостоятельные работы. Студент в течение семестра должен самостоятельно найти и проработать информацию и подготовиться к практическим занятиям, используя самостоятельные домашние задания, все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

3. Во второй половине семестра студенту предлагается самостоятельно подготовиться к тестированию. Студент должен проработать информацию, используя все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников для формирования собственных ответов

4. В конце семестра студент должен подготовиться к промежуточной аттестации - сдаче экзамена, при этом для подготовки используются список контрольных вопросов к экзамену.

Оценка за экзамен выставляется в общей совокупности всех работ с учетом выполненной самостоятельной работы, зачтенных результатов тестирования и реферата.

VII. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Microsoft Office Professional Plus 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.);

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Психология и социология массовых коммуникаций» существует следующее материально-техническое обеспечение:

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 203

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине «Психология и социология массовых коммуникаций»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Форма подготовки очная

Владивосток

2016

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине
«Социология массовых коммуникаций»

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	1-18 неделя	Подготовка к практическому занятию	18 час.	Работа на занятиях
2.	4-17 неделя	Подготовка письменной работы (реферат)	17 час.	Защита реферата
3.	12-16 неделя	Подготовка к тестированию, проверочной работе	10 час.	Сдача теста, проверочной работы
		ИТОГО	45 час.	

Самостоятельная работа состоит из следующих элементов:

1. Подготовка теоретического материала к каждой теме семинара.
2. Подготовка реферата по темам, сформулированным преподавателем либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).
3. Подготовка к тестированию.
4. *Основные требования к содержанию реферата*

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно.

Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание реферата должно быть конкретным, исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к

постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы). Реферат должен заканчиваться выведением выводов по теме.

По своей *структуре* реферат состоит из:

1. Титульного листа;
2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;
3. Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. В отличие от курсовой работы, основной текст реферата предполагает разделение на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует "перегружать" текст;
4. Заключения, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.
5. Списка использованной литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Объем реферата составляет 10-15 страниц машинописного текста, но в любом случае не должен превышать 15 страниц. Интервал – 1,5, размер шрифта – 14, поля: левое — 3см, правое — 1,5 см, верхнее и нижнее — 1,5см.. Страницы должны быть пронумерованы. Абзацный отступ от начала строки равен 1,25 см.

Реферат пишется студентами в течение семестра в сроки, устанавливаемые преподавателем. При зачете реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления. Реферат оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно. Объем реферата зависит от изучаемой темы, оформление согласно правилам, размещенным на сайте ДВФУ. В реферате должна быть показана актуальность темы, цель и задачи исследования по данной проблематике, а также краткое раскрытие темы с выводами.

Темы рефератов

1. Социология массовой коммуникации в системе социологического знания.
2. Зарубежные исследования массовой коммуникации.
3. Отечественные исследования массовой коммуникации.
4. Массовая коммуникация и ее роль в социальных процессах.
5. Массовая коммуникация как разновидность духовно-практической деятельности.
6. Журналистика как сторона массовой коммуникации.
7. Место и роль массовой коммуникации в коммуникативном пространстве.
8. Роль массовой коммуникации в интеграции общества.
9. Массовая коммуникация и социальное управление.
10. Модели и методы массовой коммуникации как формы социального управления.
11. Правовые нормы регулирования деятельности массовой коммуникации.
12. Массовая коммуникация как социальный процесс.
13. Особенности общения и коммуникации в процессе массово-коммуникативной деятельности.
14. Коммуникативный акт как составляющая массово-коммуникативной деятельности.
15. Информация и ее роль в массово-коммуникативном процессе.

16. Методы информационного воздействия на аудиторию.
17. Проблема ответственности прессы.
18. Факторы эффективности воздействия массовой коммуникации.
19. Массовое сознание и его роль в деятельности массовой коммуникации.
20. Теоретические аспекты исследования массового сознания.
21. Массовое сознание как уровень сознания общества.
22. Общественное мнение как состояние массового сознания.
23. PR как способ воздействия и формирования общественного мнения.
24. Эффекты и эффективность в деятельности средств массовых коммуникаций.
25. Массовая информация как средство деятельности массовой коммуникации.
26. Количественные и качественные критерии в определении массовой информации.
27. Публицистика как тип творчества.
28. Массовая коммуникация как социальный институт.
29. Массовая коммуникация как форма социального контроля.
30. Понятие четвертой власти в деятельности массовой коммуникации.
31. Массовая коммуникация в политической структуре общества.
32. Этические нормы в деятельности массовой коммуникации.
33. Структура системы средств массовых коммуникаций.

При подготовке к практическим занятиям студент должен использовать учебную литературу, монографии, научные статьи, интернет-источники, которые имеют прямое отношение к заданиям по теме.

Типовые задания для подготовки к практическим занятиям

1. Составить таблицу эпох развития человечества и соответствующих им этапов развития массовой коммуникации с опорой на культурологическую теорию М.Маклюэна.

2. Найти примеры и уметь объяснить воздействие сообщений средств массовой коммуникации в соответствии с теориями МК первого этапа – массового общества и пропаганды (волшебная пуля/ подкожная инъекция, теория привратника)
3. Разобрать любое сообщение СМИ по элементам процесса коммуникаций Г.Лассуэлла.
4. Составить таблицу с основными признаками трех социальных институтов (массовая коммуникация, образование, армия, семья, церковь и др.)
5. Разработать концепцию СМИ, основываясь на одной или двух функциях массовой коммуникации.
6. Найти примеры и уметь объяснить воздействия сообщений средств массовой коммуникации в соответствии с теориями МК второго этапа ограниченных эффектов МК (теория привратника, теория лидеров мнений Лазарсфельда, теория изменения установок К. Ховланда, когнитивный диссонанс Л. Фестингера, спираль молчания Э. Ноэль-Нойман)
7. Подготовить информацию по характеристике общих условий, необходимых для функционирования средств массовой коммуникации.
8. Найти примеры воздействия средств массовой коммуникации в соответствии с теориями информационного общества Д. Белла, Г. Кана, З. Бжезинского, теории «третьей волны» Э. Тоффлера)
9. Сформулировать по 5 открытых, закрытых и полужакрытых вопросы для социологического опроса.
10. Составить анкету для проведения социологического исследования.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Психология и социология массовых коммуникаций»
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»
Форма подготовки очная

Владивосток
2016

Паспорт ФОС

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-4 умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знает	Основные признаки массовой коммуникации как социального института, общие условия функционирования массовых коммуникаций.
	Умеет	Использовать базовые социологические теории массовых коммуникаций для организации и проведения коммуникационных кампаний.
	Владеет	Навыком формирования алгоритмов влияния на общественность с помощью СМК в рамках деятельности рекламы и связей с общественностью
ПК-3 владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знает	Основные функции массовых коммуникаций как социального института для удовлетворения социальных потребностей, основные принципы распределения задач в коллективе с целью увеличения его эффективности.
	Умеет	Формировать концепцию воздействия СМК на аудиторию, делегировать полномочия, брать на себе лидерские функции, управлять коллективом в случае назначения руководителем.
	Владеет	Навыками выступления перед группой и установления в коллективе высокого уровня взаимопонимания.
ПК-10 способность проводить маркетинговые исследования	Знает	Основные понятия, относящиеся к области психологических и социологических исследований, классификацию исследований, основы выборки.
	Умеет	Формулировать различные типы вопросов для социологических опросов, определять тип выборки.
	Владеет	Навыком проведения социологических исследований в области влияния массовой коммуникации на общество.

КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Теоретический фундамент психологии и социологии массовых	ОПК-4, ПК-10	Знает: базовую терминологию психологии и социологии МК	Выполнение практически х заданий, проверочны х работ,	Устный опрос (экзамен) вопросы №
			Умеет: применять соответствующую		

	коммуникаци й		<p>терминологию в своей деятельности, делегировать полномочия, эффективно управлять коллективом в случае назначения руководителем..</p> <p>Владеет: навыками комплексного использования знаний теоретического и практического характера в деятельности массовой коммуникации.</p>	Реферат, тест, дискуссия	
2	Развитие социологических теорий массовых коммуникаций	ОПК-4, ПК-3, ПК-10	<p>Знает: основные признаки и функции массовых коммуникаций как социального института для удовлетворения социальных потребностей, основные принципы распределения задач в коллективе с целью увеличения его эффективности.</p> <p>Умеет: использовать базовые социологические теории массовых коммуникаций для организации и проведения коммуникационных кампаний.</p> <p>Владеет: навыками установления в коллективе высокого уровня взаимопонимания и взаимовыручки.</p>	Выполнение практических заданий, проверочных работ, Реферат, тест, дискуссия	Устный опрос (экзамен). Вопросы:
3	Проблемы эмпирических исследования массовых коммуникаций	ПК-10, ПК-3	<p>Знает: основные понятия, относящиеся к области психологических и социологических исследований, классификацию исследований, основы выборки.</p> <p>Умеет: формулировать различные типы вопросов для социологических опросов, определять тип выборки.</p> <p>Владеет: навыком проведения социологических</p>	Выполнение практических заданий, проверочных заданий Реферат, тест, дискуссия	Устный опрос (экзамен). Вопросы:

			исследований в области влияния массовой коммуникации на общество.		
--	--	--	---	--	--

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
ОПК-4 умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	знает (пороговый уровень)	Основные признаки массовой коммуникации как социального института, общие условия функционирования массовых коммуникаций.	-знание признаков массовой коммуникации как социального института, общие условия функционирования массовых коммуникаций	-способность перечислить основные признаки массовой коммуникации как социального института; - способность назвать общие условия функционирования массовых коммуникаций
	умеет (продвинутый)	Использовать базовые социологические теории массовых коммуникаций для организации и проведения коммуникационных кампаний.	- умение применять базовые социологические теории массовых коммуникаций для организации и проведения коммуникационных кампаний.	- способность объяснить основные теории каждого этапа развития теории массовых коммуникаций; - способность с опорой на теорию объяснить воздействия сообщения одного из средств массовой коммуникации
	владеет (высокий)	Навыком формирования алгоритмов влияния на общественность с помощью СМК в рамках деятельности рекламы и связей с общественностью	-владение навыками формирования алгоритмов влияния СМК на общество	- способность разложить на отдельные элементы процесс коммуникации по Г. Лассуэллу
ПК-3 владение навыками организационно-управленческо	знает (пороговый уровень)	Основные функции массовых коммуникаций как социального института для удовлетворения	-знание основных функций СМК как социального института для удовлетворения	-способность назвать и объяснить основные функции СМК как

й работы с малыми коллективами		социальных потребностей, основные принципы распределения задач в коллективе с целью увеличения его эффективности.	социальных потребностей	социального института
	умеет (продвинутой)	Формировать концепцию воздействия СМК на аудиторию, делегировать полномочия, брать на себе лидерские функции, управлять коллективом в случае назначения руководителем.	- умение формировать концепцию воздействия СМК на аудиторию	- способность разработать схематичную концепцию воздействия конкретного СМК на аудиторию
	владеет (высокой)	Навыками выступления перед группой и установления в коллективе взаимопонимания.	- владение навыком участия в групповой дискуссии с целью установления в коллективе высокого уровня взаимопонимания и взаимовыручки	- способность принимать участие в групповой дискуссии по вопросам дисциплины
ПК-10 способность проводить маркетинговые исследования	знает (пороговый уровень)	Основные понятия, относящиеся к области психологических и социологических исследований, классификацию исследований, основы выборки.	- знание основных понятий, относящихся к области психологических и социологических исследований классификацию исследований, основы выборки.	- способность назвать и объяснить термины, связанные с методикой и методологией социологического исследования; - способность определить тип исследования
	умеет (продвинутой)	Формулировать различные типы вопросов для социологических опросов, определять тип выборки.	- умение формулировать различные типы вопросов для социологических опросов; - умение определять тип выборки	- способность различать и формулировать разные типы вопросов для социологических опросов; - способность определить тип выборки
	владеет (высокой)	Навыком проведения социологических	- владение навыками	- способность составить анкету и

	й)	исследований в области влияния массовой коммуникации на общество.	проведения социологических исследований в области влияния массовой коммуникации на общество	провести социологический опрос
--	----	---	---	--------------------------------

Оценочные средства для текущей аттестации

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Психология и социология массовых коммуникаций» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ (в т.ч. *Положением о фондах оценочных средств образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, специалитета, магистратуры ДВФУ, утвержденным приказом ректора от 12.05.2015 №12-13-850*) и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий (работа на практических (семинарских) занятиях – дискуссия, проверочная работа, сдача реферата, тестирование) по оцениванию фактических знаний.

Объектами оценивания выступают:

1. *Уровень овладения практическими умениями и навыками* оценивается по активности работы на практических занятиях, убедительному изложению материала, оценка осуществляется по 10-бальной системе в соответствии с критериями (10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено»). На занятиях обсуждаются вопросы на основе подготовленных домашних заданий.

Критерии оценок по 10-бальной системе следующие: 10-8,5 баллов – проявлены глубокие знания компетенций дисциплины (ОПК-4, ПК-3, ПК-10) – ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы вопросов по философии и методологии науки, логичностью, последовательностью и аргументированностью ответа, умением объяснять сущность вопроса, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы,; 8,5-7,5 баллов - проявлены прочные знания основных вопросов компетенций дисциплины (ОПК-4, ПК-3, ПК-10): умение объяснять сущность вопросов делать выводы

и обобщения, давать аргументированные ответы, но допускаются неточности; 7,5-6,0 балл – в ответе проявлены основные знания вопросов компетенций дисциплины (ОПК-4, ПК-3, ПК-10), но ответ отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, недостаточным умением давать аргументированные ответы, отсутствие логичности и последовательности, допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; менее 6,0 баллов - проявлены незнание основных вопросов знания компетенций дисциплины (ОПК-4, ПК-3, ПК-10): неглубокое раскрытие темы, неумение давать аргументированные ответы, отсутствие логичности и последовательности, допускаются серьезные ошибки в содержании ответа

2. *Степень усвоения теоретических знаний компетенций* (ОПК-4, ПК-3, ПК-10) определяется при защите реферата, при тестировании, при написании проверочных работ, при этом используются соответствующие критерии оценивания в 10-бальной системе (10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено»).

Реферат по теме считается зачтенным, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, определив его содержание и составляющие, привёл основные источники по рассматриваемой теме; студент проводит самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы, понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы, при этом оценка реферата составляет более 6 баллов.

Реферат оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено». 10- 6 баллов - студент понимает базовые основы вопросов, источники знаний и приемы работы с ними, основные особенности научного метода познаний, основные понятия философии науки; программно-целевые методы решения научных проблем, основные направления развития и актуальные проблемы технических наук и понимает теоретическое обоснование выбранной темы, работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения,

привлечены основные источники по рассматриваемой теме, фактических ошибок, связанных с пониманием темы, нет, допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы; менее 6 баллов - проявлены незнания базовых основ вопросов компетенций дисциплины, работа представляет собой полностью или большей частью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы, допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

При работе с тестами студенту предлагается выбрать один вариант ответа четырех предложенных. Тесты рассчитаны на индивидуальное решение. Они могут быть использованы в процессе аудиторных занятий, и самостоятельной работы. При 100-61 баллах (100-65 % верных ответов соответственно) тестирование оценивается положительно

Тесты по курсу «Психология и социология массовых коммуникаций»

1. Структура социологии МК состоит из:
 - а. 2 уровней;
 - б. 3 уровней;
 - в. 4 уровней.

2. Объектом исследования социологии МК является:
 - а. массовая аудитория;
 - б. СМК;
 - в. МК как социальный процесс;
 - г. эффекты МК.

3. Однонаправленную линейную модель коммуникативного акта разработал:
 - а. У. Липпман;
 - б. Т. Адорно;
 - в. Г. Лассуэлл;
 - г. М. Хоркхаймер.

4. «Теорию культивирования» разработал:

- а. Д. Гербнер;
- б. Д. Маккуэйл;
- в. Э. Ноэль-Нойман;
- г. М. Маклюэн.

5. Автором эоантропоцентрической модели коммуникации является:

- а. Б. Грушин;
- б. Е. Прохоров;
- в. Т. Дридзе.

6. Является ли массовая коммуникация системой:

- а. Да;
- б. Нет.

7. Субъектами МК являются

- а. отдельные индивиды;
- б. социальные группы;
- в. широкие массы;
- г. все три предложенных вида.

8. Являются ли правовые нормы наиболее жестко закрепленным в обществе видом ценностей:

- а. Да;
- б. Нет.

9. Являются ли общечеловеческие ценности наиболее жестко закрепленным в обществе видом ценностей:

- а. Да;
- б. Нет.

10. Один из современных социологических подходов к свободе печати и свободе слова называется:

- а. «Две теории прессы»;
- б. «Три теории прессы»;

в. «Четыре теории прессы».

11. Являются ли тождественными по своему значению понятия «массовое сознание» и «сознание масс»:

- а. Да;
- б. Нет.

12. Массовое сознание относится к области:

- а. практического сознания;
- б. теоретического сознания.

14. Основоположником изучения общественного мнения считается:

- а. Ю. Хабермас;
- б. Н. Луман;
- в. У. Липпман;
- г. Э. Ноэль-Нойман.

15. Понятие «спираль молчания» было разработано:

- а. Ю. Хабермасом;
- б. Н. Луманом;
- в. У. Липпманом;
- г. Э. Ноэль-Нойман.

16. Потенциальная информация представляет собой:

- а. совокупность сведений для возможной передачи;
- б. совокупность сведений уже переданных по каналам МК.

17. Является ли процесс «декодирования» одним из трех условий эффективного воздействия на массовую аудиторию:

- а. Да;
- б. Нет.

18. Какую функцию МК ввел К. Райт в рамках исследования МК:

- а. мобилизующую;
- б. развлекательную;
- в. передача культурного наследия.

19. К формам воздействия на массовую аудиторию в советский период можно отнести:

- а. агитация;
- б. пропаганда;
- в. контрпропаганда
- г. все три формы.

20. В каком году впервые в научный оборот было введено понятие стереотипа:

- а. 1921;
- б. 1922;
- в. 1923.

21. Развитие технологий публичных рилейшнз относится к:

- а. советскому периоду истории России;
- б. постсоветскому периоду истории России.

22. К недостаткам прессы в системе СМК можно отнести:

- а. возможность обзорного знакомства со всем номером издания;
- б. недостаточная для современности оперативность прессы;
- в. возможность повторного чтения.

23. К достоинствам телевидения в системе СМК можно отнести:

- а. возможность применения аудиовизуальных средств;
- б. необходимость использования специальных технических средств;
- в. необходимость находиться в зоне приема телесигнала.

24. Контент-анализ является инструментом исследования:

- а. коммуникатора;
- б. информационного сообщения;
- в. каналов СМК;
- г. массовой аудитории.

25. Опрос как метод исследования относится:

- а. к количественным методам;

б. к качественным методам.

26. Фокус-группа как метод исследования относится:

а. к количественным методам;

б. к качественным методам.

27. Кто предложил первую модель коммуникации:

а. У. Липпман

б. Г. Лассуэлл

в. Р. Мертон

28. Основоположником «теории магической» пули был:

а. Г. Спенсер

б. Ф. Теннис

в. Г. Лассуэлл

29. Основным критиком теории пропаганды был:

а. Д. Уотсон

в. Д. Дьюи

г. У. Липпман

30. Концепция лидеров мнения была разработана:

а. К. Ховландом

б. П. Лазарсфельдом

в. Л. Фестингером

31. Парадигму функционального анализа разработал:

а. Ч. Райт Миллс

б. П. Лазарсфельд

в. Р. Мертон

32. Автором теории диффузии инноваций является:

а. Э. Роджерс

б. Д. Клаппер

в. В. Орландо Кей

33. Согласно какой теории люди из опасения оказаться в изоляции или одиночестве, скрывают свое мнение от окружающих, если боятся оказаться в меньшинстве?

- а. теория «спирали молчания»
- б. теория выстраивания приоритетов
- в. теория медиазависимости

34. Исследования С. Холла связаны с:

- а. Торонтской школой
- б. Франкфуртской школой
- в. Британской школой

35. Новую форму социальной организации, которая возникнет, когда сверхскоростные электронные медиа свяжут весь мир, М. Маклюэн назвал:

- а. «глобальная деревня»
- б. «глобальный город»
- в. «глобальный мегаполис»

36. Книга Э. Тоффлера называется:

- а. «вторая волна»
- б. «третья волна»
- в. «четвертая волна»

37. Является ли децентрализация чертой, отличающей новые медиа от старых:

- а. да
- б. нет

38. Понятие М. Маклюэна «глобальная деревня» является предтечей какой тенденции в области МК:

- а. глобализация
- б. демассовизация
- в. конгломерация

39. К какой тенденции в области МК относится процесс фрагментации аудитории?

- а. глобализация
- б. демассовизация
- в. конгломерация
- г. конвергенция

40. Феномен Интернет-аддикции представляет собой:

- а. зависимость от Интернета
- б. отрицание Интернета
- в. равнодушное отношение к Интернету

Проверочные работы

При написании проверочных работ студенту необходимо дать развернутый ответ на вопросы проверочной работы. Проверочные работы рассчитаны на индивидуальное решение. Они могут быть использованы в процессе аудиторных занятий и самостоятельной работы. При 100-61 баллах (100-65 % верных ответов соответственно) проверочная работа оценивается положительно.

Типовые вопросы проверочной работы

Вариант 1

1. Как можно применять социальную стратификацию при разработке рекламной стратегии?
2. Охарактеризуйте основные методы измерения социальных классов.
3. Опишите основные этапы процесса восприятия и обработки информации в массовых коммуникациях.
4. Может ли доход отражать в полной мере принадлежность к тому или иному классу и почему?

Вариант 2

1. Что представляет собой теория привратника? Охарактеризуйте ее и объясните действие этой теории на примере.
2. Что представляет собой «эффект бумеранга» в массовых коммуникациях? Опишите его и приведите пример.
3. В чем заключался вклад П. Лазарсфельда в исследование массовых коммуникаций?

4. Какие теории, принадлежащие ко 2-му этапу воздействия массовых коммуникаций на аудиторию, можно отнести к теориям индивидуальных различий и почему? (Согласно С. Болл-Рокич и М. Дефлеру в основе этих теорий лежит влияние СМК на восприятие через индивидуальные особенности).

3. *Результаты самостоятельной работы.* Самостоятельная работа заключается в подготовке к практическим занятиям, тестированию и проверочным работам, написании реферата.

Самостоятельная работа по вопросам подготовки к практическим занятиям считается выполненной и зачтенной в случае, когда за практическое занятие студент получает балл выше 6 (ответ оценивается в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Самостоятельная работа по подготовке реферата считается выполненной и зачтенной в случае, когда при сдаче реферата преподавателю студент получает балл выше 6 (реферат оценивается в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Самостоятельная работа по подготовке к тестированию и проверочным работам считается выполненной и зачтенной в случае, когда при сдаче теста/проверочной работы преподавателю студент получает балл выше 6 (тест и проверочные работы оцениваются в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Промежуточная аттестация студентов

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Психология и социология массовых коммуникаций» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Психология и социология массовых коммуникаций» предусмотрена в виде экзамена в устной форме в виде собеседования – ответы на вопросы. При этом, оценка является комплексной, учитываются все оценки контрольных мероприятий

текущей аттестации с весом, определяемым ведущим преподавателем.

**Перечень контрольных вопросов к экзамену
«Психология и социология массовых коммуникаций»**

1. Понятие и структура психологии и социологии массовой коммуникации.
2. Предмет и объект в психологии и социологии массовой коммуникации.
3. Понятие «массовая коммуникация». Характеристики и условия существования массовой коммуникации.
4. Массовая коммуникация как социальный институт.
5. Основные функции массовой коммуникации как социального института.
6. Прикладные исследования в структуре психологии и социологии массовой коммуникации.
7. Основные методы исследования массовой коммуникации.
8. Основные этапы социологического исследования массовых коммуникаций. Понятие программы исследования.
9. Методологическая подготовка социологического исследования.
10. Методическая подготовка социологического исследования.
11. Понятие первичной и вторичной информации в социологическом исследовании.
12. Характеристика вероятностных (случайных) типов выборки в социологическом исследовании.
13. Характеристика неслучайных типов выборки в социологическом исследовании.
14. Основные этапы изучения массовой коммуникации в зарубежной социологии.
15. Развитие социологии массовой коммуникации в отечественных исследованиях.
16. Теории массового общества и пропаганды. Концепция Г. Лассуэлла. Воззрения Д. Дьюи.
17. Теории ограниченных эффектов. Концепция П. Лазарсфельда. Исследования Карла Ховланда.
18. Теории информационной эпохи. Торонтская школа. Идеи Г. Инниса. Идеи М. Маклюэна.
19. Новые медиа в информационной сфере. Новые медиа в процессах самоорганизации и координации действий граждан.

20. Особенности аудитории многоканальной среды. Концепция «информационной перегрузки». «Концепция «болезненного пристрастия к информации».

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене
по дисциплине «Психология и социология массовых коммуникаций»**

100-86	<i>«отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил знания, умения и навыки всех компетенций дисциплины (ОПК-4, ПК-3, ПК-10), если он глубоко и прочно усвоил программный материал дисциплины, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Оценка «отлично» выставляется студенту только если ему предварительно зачтены практические работы, результаты защиты реферата, прохождения тестирования.
85-76	<i>«хорошо»</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он в достаточной мере усвоил знания, умения и навыки всех компетенций дисциплины (ОПК-4, ПК-3, ПК-10); если он хорошо усвоил программный материал по социологии МК, четко его излагает, умеет увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий; правильно обосновывает принятое решение, владеет навыками и приемами выполнения практических задач. Оценка «хорошо» выставляется студенту только если ему предварительно зачтены практические работы, результаты защиты реферата, прохождения тестирования.
75-61	<i>«удовлетворительно»</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он на минимально необходимом уровне усвоил знания, умения и навыки всех компетенций дисциплины (ОПК-4, ПК-3, ПК-10); если он удовлетворительно усвоил программный материал по социологии МК, может его излагать, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, может обосновывать принятое решение, владеет основными навыками и приемами выполнения практических задач. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту только если ему предварительно зачтены практические работы, результаты защиты реферата, прохождения тестирования.
менее 61	<i>«неудовлетворительно»</i>	Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент не знает значительной части программного материала дисциплины, допускает существенные ошибки, не работал на семинарских занятиях, не принимал участие в дискуссиях на занятиях, им не были подготовлены рефераты. Студент не показывает готовность к формированию своего интеллектуального уровня,

		не способен сознавать значение общекультурного уровня для своего профессионального мастерства. Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он освоил не все знания, умения и навыки компетенций дисциплины (ОК-4, ПК-3, ПК-10).
--	--	--

Образец экзаменационного билета:



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»

Школа гуманитарных наук

ООП 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Дисциплина – Психология и социология массовых коммуникаций
семестр 3 2017-2018 учебного года
Реализующий Департамент коммуникаций и медиа

Экзаменационный билет №1

1. Понятие и структура психологии и социологии массовой коммуникации.
2. Методическая подготовка социологического исследования.

Директор департамента
коммуникаций и медиа

Казакова В.А.