

2 Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра гуманитарных наук

Рабочая программа дисциплины

Социология массовых коммуникаций

<i>Направление подготовки</i>	Реклама и связи с общественностью
<i>Код</i>	42.03.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва

2019 г.

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Командная работа и лидерство	УК-3
Общепрофессиональные	Общество и государство	ОПК-2
Общепрофессиональные	Аудитория	ОПК-4
Профессиональные	Организационный тип действий	ПК(о)-1

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>Необходимые знания (УК-3НЗ): как определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>Необходимые умения (УК-3НУ): -анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе; -выстраивать продуктивное взаимодействие в команде; осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; -оценивать идеи других членов команды для достижения поставленной цели</p> <p>Необходимые навыки (УК-3НН): способами соблюдения норм и установленных правил командной работы, навыками несения личной ответственности за результат</p>
ОПК-2	Способен учитывать	Необходимые знания (ОПК-2НЗ): систему общественных и государственных

	тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Необходимые умения (ОПК-2НУ): учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов Необходимые навыки (ОПК-2НН): способностью определять тенденции развития общественных и государственных институтов и освещения их в создаваемых коммуникационных продуктах
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Необходимые знания (ОПК-4НЗ): запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп Необходимые умения (ОПК-4НУ): использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности Необходимые навыки (ОПК-4НН): навыками получения и обработки социологических данных о целевой аудитории для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ПК(о)-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Необходимые знания (ПК(о)-1НЗ): функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью Необходимые умения (ПК(о)-1НУ): Осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии Необходимые навыки (ПК(о)-1НН): навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код индикатора достижения компетенции	УК-3НЗ	УК-3НУ	УК-3НН
	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -функции субъектов процесса массовых коммуникаций -виды и характеристики коммуникаторов и аудиторий, их роль, значение, функции -проблемы сотрудничества разных групп коммуникаций в процессе достижения поставленной цели 	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -ориентироваться в видах массовой коммуникации, диагностировать коммуникативную ситуацию; -анализировать взаимодействие в команде; осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; -контролировать выполнение плана коммуникаций 	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной среды, обеспечении внутренней и внешней коммуникации -методами соблюдения норм и установленных правил командной работы, навыками несения личной ответственности за результат
	ОПК-2НЗ	ОПК-2НУ	ОПК-2НН
	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основные социологические парадигмы развития общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития -социологические концепции коммуникации как процесса и структуры -социальные и социологические аспекты массовых коммуникаций 	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -выстраивать процессы исследования массовых коммуникаций -применять результаты анализа тенденций развития общественных институтов МК при создании коммуникационного продукта -применять комплексные технологии в синтетических видах коммуникаций -формировать концепции и планы социальных коммуникаций 	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -методами социологического исследования тенденций развития общественных институтов и артикуляции актуальных запросов в создаваемых коммуникационных продуктах -социологическими методами анализа коммуникативного пространства;
	ОПК-4НЗ	ОПК-4НУ	ОПК-4НН
	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -техники планирования коммуникаций в 	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -применять инструменты социологического поиска информации о текущих 	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -методами исследования эффектов массовой

	соответствии с задачами -технологии воздействия через СМИ -методы социологического исследования потребностей общества и отдельных целевых групп	запросах и потребностях целевых аудиторий -создавать концепцию широкомасштабного события, явления с помощью целенаправленных социальных коммуникаций -использовать практические методы работы с массовой аудиторией	коммуникации -навыками управления исследовательскими проектами в рекламной сфере -методами сбора и обработки социологических данных о целевой аудитории для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	ПК(о)-1НЗ	ПК(о)-1НУ	ПК(о)-1НН
	Знать: -проблемы социальных коммуникаций и сотрудничества в рекламной и PR-деятельности -общественные кодексы коммуникаций специалистов при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью -методы воздействия и формирования общественного мнения.	Уметь: -использовать специальные коммуникативные технологии в процессе работы в рекламных и PR-проектах -формулировать концепции деловых коммуникаций для сотрудников в рамках реализации массовой коммуникационной стратегии	Владеть: -технологиями коммуникаций с рекламодателями-навыками создания информации в разных каналах массовых коммуникаций

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана ОПОП. Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с такими дисциплинами, как: «Психология массовых коммуникаций», «Организация и проведение кампаний в рекламе и в сфере связей с общественностью», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Медиаанализ и медиапланирование» и др.

Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной

деятельности.

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: авторский, проектный, маркетинговый, организационный, технологический.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах.

5. Объем дисциплины

Виды учебной работы	Формы обучения		
	Очная	Очно-заочная	Заочная
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	3/108	3/108	3/108
Контактная работа:			
Занятия лекционного типа	12	8	4
Занятия семинарского типа	12	12	8
Зачет с оценкой	0.15	0.15	4
Самостоятельная работа (СРС)	83.85	87.85	92

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные раб.	Иные занятия	
1.	Социология массовых коммуникаций (МК) как наука и учебная дисциплина	1						10
2.	История социологии МК	2			3			10
3.	Специфика социологических исследований МК	1						10
4.	Основные теории	2			3			10

	массовой коммуникации и МК							
5.	Социологические исследования производства медиа-продукции	1			2			10
6.	Социологические исследования содержания медиа-продукции	1			1			10
7.	Социологические исследования потребления медиа-продукции	2			2			10
8.	Специфика институтов СМИ: пресса, ТВ, радио, Интернет-СМИ	2			1			13.85
	Итого	12			12			83.85
	Промежуточная аттестация	0.15						

6.1.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самостоятельная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		<i>Лекции</i>	<i>Иные учебные занятия</i>	<i>Практические занятия</i>	<i>Семинары</i>	<i>Лабораторные раб.</i>	<i>Иные занятия</i>	
1.	Социология массовых коммуникаций (МК) как наука и учебная дисциплина	1			1			11
2.	История социологии МК	1			1			11
3.	Специфика социологических исследований МК				1			11
4.	Основные теории массовой коммуникации и МК	1			1			11
5.	Социологические исследования производства медиа-	1			2			11

	продукции							
6.	Социологические исследования содержания медиа-продукции	1			2			11
7.	Социологические исследования потребления медиа-продукции	1			2			11
8.	Специфика институтов СМИ: пресса, ТВ, радио, Интернет-СМИ	1			2			10.85
	Итого	8			12			87.85
	Промежуточная аттестация	0.15						

6.1.3. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)					Самостоятельная работа
		Контактная работа				Самостоятельная работа	
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа				
		<i>Лекции</i>	<i>Практические занятия</i>	<i>Семинары</i>	<i>Лабораторные раб.</i>	<i>Иные занятия</i>	
1.	Социология массовых коммуникаций как наука и учебная дисциплина	1		1			11
2.	История социологии МК	1		1			11
3.	Специфика социологических исследований МК	1		1			11
4.	Основные теории массовой коммуникации и МК	1		1			11
5.	Социологические исследования производства медиа-продукции			1			12
6.	Социологические исследования содержания медиа-продукции			1			12

7.	Социологические исследования потребления медиа-продукции				1			12
8.	Специфика институтов СМИ: пресса, ТВ, радио, Интернет-СМИ				1			12
	Итого	4			8			92
	Промежуточная аттестация	4						

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Социология МК как наука и учебная дисциплина	Структура дисциплины Социология СМИ. Специфика ее предмета. Цели и функции дисциплины. Основные категории социологии СМИ. Принципы социологии СМИ. Место социологии СМИ в структуре социологического знания. Взаимосвязь социологии СМИ с другими науками.
2.	История социологии МК	Институтциализация СМИ. Связь этого процесса с индустриализацией, урбанизацией и зарождением массовой культуры. Трансформация медиа-системы в 1990-е годы: принятие первого закона о печати, отмена цензуры и установление права граждан на создание СМИ. Тенденции: интенсивный импорт медиа-продукции в развлекательном секторе, зарождение рынка коммерческой рекламы, ренационализация общероссийского ТВ и других СМИ, централизация контроля над СМИ, «деполитизация» СМИ и рост развлекательного сектора и рекламного рынка. Рост отечественного производства развлекательной продукции, собственного шоу-бизнеса и переход аудитории от ориентации на чтение к телесмотрению.
3.	Специфика социологических исследований МК	Социологическое исследование как инструмент получения информации. Программа социологического исследования. Опросные и неопросные методы социологического исследования. Социальное содержание текстов массовой информации, их роль в удовлетворении различных потребностей аудитории. Различные подходы к контенту: как к продукту деятельности СМИ; как к

		<p>объекту отношений между контрагентами – аудиторией, властью, бизнесом. Социологические и маркетинговые исследования.</p> <p>Методика исследований контента. Качественные и количественные методы. Контент-анализ: специфика и область применения, достоинства и ограничения. Основные инструменты контент-анализа. Количественные методы работы с редакционной почтой: задачи, особенности, достоинства.</p> <p>Интернет и новые возможности для контент-анализа.</p>
4.	Основные теории массовой коммуникации и МК	<p>Структурный функционализм, преобладание интереса к медиа-эффектам, ориентация на естественно-научную методологию, количественные методы и прикладные исследования. Идеи Г. Лассуэла, П. Лазарсфельда.</p> <p>Период интереса к медиа-производству и медиа-контенту, качественными методами общей методологии гуманитарных наук</p> <p>Идеи Гэя Такмана, Джеймса Кэйри.</p> <p>Современное состояние теории СМИ. Постмодернизм Ж. Бодрийяр. Концепции информационного общества М. Маклюэн, М. Кастельс. Новые исследования аудитории.</p>
5.	Социологические исследования производства медиа-продукции	<p>Возможные типологии исследований производства медиа-продукции: схемы Шумейкер-Риза и МакКуэйла. Индивидуальный уровень анализа производства: влияние вкусов, эмоций, политических предпочтений и профессиональных идентичностей.</p> <p>Уровень профессиональных практик: влияние структуры жанра (Гэй Такман) и организации производства (Мюриэл Кантор). Уровень организации и медиа-индустрии (Дж. Дэвис и типология управленческих стратегий, Дж. Туров и типология агентов внутри медиа-индустрии).</p> <p>Уровень экстра-медийных влияний: политэкономические подходы (Тансталл и Палмер), типология экстра-медийных агентов (Кольцова), роль источников в производстве новостей (Эриксон и соавт.). Уровень идеологии и господствующих ценностей (Герман и Чомски «Производство согласия», Ноэль-Нойман «Рождение спирали молчания», Бирмингемская школа).</p>
6.	Социологические исследования содержания медиа-продукции	<p>Специфика количественного и качественного анализа медиа-контента. Источники современных подходов к анализу контента. Семиотика и дискурс-анализ. Ф. Соссюр и структурализм речи. Ч.С. Пирс</p>

		и его семиотика. К. Леви-Стросс и семиотика мифов. Идеи Ролана Барта. Фрейм-анализ И. Гоффмана. Этнометодология Г. Гарфинкеля. Аналитическая философия и теории коммуникативного действия.
7.	Социологические исследования потребления медиа-продукции	Типология исследований потребления медиа-продукции (МакКуэйл). Ранние измерения эффектов, бихевиоризм. Лазарсфельд, концепция двухступенчатого потока информации и понятие лидера мнения. Кац и Лазарсфельд: понятие «вмешивающихся переменных» в процессе коммуникаций. Новые исследования аудитории. Джон Фиск и идея активной аудитории. Джеймс Лалл и этнография аудиторий. «Кросс-культурное чтение «Далласа» и его значение для теории массовых коммуникаций.
8.	Специфика институтов СМИ: пресса, ТВ, радио, Интернет-СМИ	Специфика СМИ. Институтциализация СМИ. Типология СМИ. Социальные функции и дисфункции СМИ. Специфика рекламы в различных видах СМИ.

6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Социология МК как наука и учебная дисциплина	1. Предмет, категории и принципы социологии СМИ. 2. Структура дисциплины, место социологии СМИ среди отраслевых социологических дисциплин. 3. Функции и методология социологии СМИ.
2.	История социологии МК	1. Основные этапы институтциализации СМИ. 2. Трансформация медиа-системы в 1990-е годы. 3. СМИ и рост развлекательного сектора и рекламного рынка. 4. Рост отечественного производства развлекательной продукции.
3.	Специфика социологических исследований МК	1. Конкретные социологические исследования СМИ: понятие, специфика, этапы, классификация. 2. Программа социологического исследования СМИ: понятие, структура, функции. 3. Опросные методы исследования СМИ: разновидности, ограничения и достоинства. 4. Неопросные методы исследования СМИ: область применения, разновидности, достоинства и ограничения. 5. Электронные методы современных социологических исследований СМИ.

4.	Основные теории массовой коммуникации и МК	<ol style="list-style-type: none"> 1. Осмысление СМИ в рамках структурного функционализма. 2. Понимание СМИ во 2-й половине 20 века: период интереса к медиа-производству и медиа-контенту, качественными методами общей методологии гуманитарных наук. 3. Современное состояние теории СМИ. Постмодернизм Ж. Бодрийяр. Концепции информационного общества М. Маклюэн, М. Кастельс. Новые исследования аудитории.
5.	Социологические исследования производства медиа-продукции	<ol style="list-style-type: none"> 1. Производство медиа-продукции: понятие, этапы, функции. 2. Типологии исследований производства медиа-продукции. 3. Уровни медиа-производства. 4. Основные междисциплинарные подходы к исследованию медиа-производства.
6.	Социологические исследования содержания медиа-продукции	<ol style="list-style-type: none"> 1. Количественный и качественный анализ медиа-контента. 2. Источники современных подходов к анализу контента. 3. Основные междисциплинарные подходы к исследованию медиа-содержания.
7.	Социологические исследования потребления медиа-продукции	<ol style="list-style-type: none"> 1. Типология исследований потребления медиа-продукции (МакКуэйл). 2. Новые исследования аудитории. Джон Фиск и идея активной аудитории. Джеймс Лалл и этнография аудиторий. 3. Основные междисциплинарные подходы к исследованию медиа-потребления.
8.	Специфика институтов СМИ: пресса, ТВ, радио, Интернет-СМИ	<ol style="list-style-type: none"> 1. СМИ: понятие, структура, разновидности. 2. Институционализация СМИ. 3. Типология СМИ. 4. Социальные функции и дисфункции СМИ.

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Социология МК как наука и учебная дисциплина	Структура дисциплины Социология СМИ. Специфика ее предмета. Цели и функции дисциплины. Основные категории социологии СМИ. Принципы социологии СМИ. Место социологии СМИ в структуре социологического знания. Взаимосвязь социологии СМИ с другими науками.

2.	История социологии МК	<p>Институционализация СМИ. Связь этого процесса с индустриализацией, урбанизацией и зарождением массовой культуры. Трансформация медиа-системы в 1990-е годы: принятие первого закона о печати, отмена цензуры и установление права граждан на создание СМИ. Тенденции: интенсивный импорт медиа-продукции в развлекательном секторе, зарождение рынка коммерческой рекламы, ренационализация общероссийского ТВ и других СМИ, централизация контроля над СМИ, «деполитизация» СМИ и рост развлекательного сектора и рекламного рынка. Рост отечественного производства развлекательной продукции, собственного шоу-бизнеса и переход аудитории от ориентации на чтение к телесмотрению.</p>
3.	Специфика социологических исследований МК	<p>Социологическое исследование как инструмент получения информации. Программа социологического исследования. Опросные и неопросные методы социологического исследования.</p> <p>Социальное содержание текстов массовой информации, их роль в удовлетворении различных потребностей аудитории. Различные подходы к контенту: как к продукту деятельности СМИ; как к объекту отношений между контрагентами – аудиторией, властью, бизнесом. Социологические и маркетинговые исследования.</p> <p>Методика исследований контента. Качественные и количественные методы. Контент-анализ: специфика и область применения, достоинства и ограничения. Основные инструменты контент-анализа. Количественные методы работы с редакционной почтой: задачи, особенности, достоинства.</p> <p>Интернет и новые возможности для контент-анализа.</p>
4.	Основные теории массовой коммуникации и МК	<p>Структурный функционализм, преобладание интереса к медиа-эффектам, ориентация на естественно-научную методологию, количественные методы и прикладные исследования. Идеи Г. Лассуэла, П. Лазарсфельда.</p> <p>Период интереса к медиа-производству и медиа-контенту, качественными методами общей методологии гуманитарных наук</p> <p>Идеи Гэя Такмана, Джеймса Кэйри.</p> <p>Современное состояние теории СМИ. Постмодернизм Ж. Бодрийяр. Концепции информационного общества М. Маклюэн, М. Кастельс. Новые исследования аудитории.</p>

5.	Социологические исследования производства медиа-продукции	<p>Возможные типологии исследований производства медиа-продукции: схемы Шумейкер-Риза и МакКуэйла. Индивидуальный уровень анализа производства: влияние вкусов, эмоций, политических предпочтений и профессиональных идентичностей.</p> <p>Уровень профессиональных практик: влияние структуры жанра (Гэй Такман) и организации производства (Мюриэл Кантор). Уровень организации и медиа-индустрии (Дж. Дэвис и типология управленческих стратегий, Дж. Туров и типология агентов внутри медиа-индустрии).</p> <p>Уровень экстра-медийных влияний: политэкономические подходы (Тансталл и Палмер), типология экстра-медийных агентов (Кольцова), роль источников в производстве новостей (Эриксон и соавт.). Уровень идеологии и господствующих ценностей (Герман и Чомски «Производство согласия», Ноэль-Нойман «Рождение спирали молчания», Бирмингемская школа).</p>
6.	Социологические исследования содержания медиа-продукции	<p>Специфика количественного и качественного анализа медиа-контента. Источники современных подходов к анализу контента. Семиотика и дискурс-анализ. Ф. Соссюр и структурализм речи. Ч.С. Пирс и его семиотика. К. Леви-Стросс и семиотика мифов. Идеи Ролана Барта. Фрейм-анализ И. Гоффмана. Этнометодология Г. Гарфинкеля. Аналитическая философия и теории коммуникативного действия.</p>
7.	Социологические исследования потребления медиа-продукции	<p>Типология исследований потребления медиа-продукции (МакКуэйл).</p> <p>Ранние измерения эффектов, бихевиоризм. Лазарсфельд, концепция двухступенчатого потока информации и понятие лидера мнения. Кац и Лазарсфельд: понятие «вмешивающихся переменных» в процессе коммуникаций.</p> <p>Новые исследования аудитории. Джон Фиск и идея активной аудитории. Джеймс Лалл и этнография аудиторий.</p> <p>«Кросс-культурное чтение «Далласа» и его значение для теории массовых коммуникаций.</p>
8.	Специфика институтов СМИ: пресса, ТВ, радио, Интернет-СМИ	<p>Специфика СМИ. Институтциализация СМИ. Типология СМИ. Социальные функции и дисфункции СМИ. Специфика рекламы в различных видах СМИ.</p>

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

7.1. Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Социология МК как наука и учебная дисциплина	Опрос, информационный проект
2.	История социологии МК	Опрос, подготовка презентаций,
3.	Специфика социологических исследований МК	Информационный проект, проблемно-аналитическое задание
4.	Основные теории массовой коммуникации и МК	Опрос, подготовка презентаций
5.	Социологические исследования производства медиа-продукции	Информационный проект, тестирование
6.	Социологические исследования содержания медиа-продукции	Опрос, творческое задание
7.	Социологические исследования потребления медиа-продукции	Опрос, творческое задание, подготовка презентаций
8.	Специфика институтов СМИ: пресса, ТВ, радио, Интернет-СМИ	Опрос, вопросы к контрольной работе, тестирование

7.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Типовые вопросы

1. СМК как социальный институт.
2. Социология и СМК: общее и особенное.
3. Социология СМИ как специальная социологическая теория.

4. Общественное мнение как социальный институт.
5. Функции и структура массовых коммуникаций.
6. СМК, СМИ и манипулирование общественным мнением.
7. Понятие аудитории в социологии массовых коммуникаций.
8. Основные типы и методики рейтинговых замеров.
9. Рейтинговые измерения аудитории средств массовой информации.
10. Институционализация массовых коммуникаций в информационном обществе.

Типовые проблемно-аналитические задания

1. Проблемно-аналитическое задание:

- Дайте сравнительно-сопоставительную характеристику основных методов социологии массовых коммуникаций, описав достоинства и недостатки в результате их применения.
- Составьте программу социологического исследования по вашей проблематике (тема на выбор студента).
- В отношении исследования общественного мнения в современной социологии сложились два взаимоисключающих подхода. Первый, который поддерживает большинство социологов, исходит из реальности общественного мнения как социального института и постоянного повышения его роли в обществе. Вторым, сторонниками которого являются Бурдьё, Ницше, Ортега-и-Гассет, Кьеркегор, Гуссерль, Парето, Моска, строится на полном отрицании самого факта наличия общественного мнения. Сформулируйте свою позицию относительно этих подходов.

2. Подготовьте презентацию по теме: «Социологическая культура журналиста».

- Опишите основные социологические инструментариумы журналиста.
- Покажите специфику динамичности социальных взаимодействий и роль обратной связи при их фиксации и описании.
- Объясните, почему профессионализм журналиста напрямую связан с уровнем его социологической культуры.

3. Проведите экспертный опрос в вашей группе (либо среди преподавателей) по теме «Будущее социологии массовых коммуникаций в современной России».

Темы исследовательских, информационных, творческих проектов

Подготовка исследовательских проектов по темам:

1. Традиции русской социологической публицистики (творчество А.П. Чехова, В.Г. Короленко, Г.И. Успенского, и др.) и их развитие на современном этапе.
2. Социологическая публицистика в период «оттепели» (на материале отдельных изданий и авторов).
3. Политические аспекты современных социологических исследований в области СМИ за рубежом.
4. Социологические и маркетинговые исследования (на примере конкретных изданий).

5. Образ современной российской молодежи на страницах изданий различного типа.

Информационный проект

Подготовьте информационный проект (презентацию) по теме:

1. Социология и журналистика: общее и особенное.
2. Основные этапы развития массовых коммуникаций в России.
3. Социология в работе редакции и журналиста.
4. Социологическая публицистика. Развитие традиций русской социологической публицистики на современном этапе.
5. Основные школы и направления в современной отечественной социологии массовых коммуникаций.

Творческое задание (с элементами эссе)

Напишите эссе по теме:

1. Социология СМИ: что это за наука и кому она нужна?
2. Социальные функции массовых коммуникаций.
3. Социожурналистика как явление.
4. Специфика современной аудитории.
5. Сетевое общество как субъект и объект социологии массовых коммуникаций.

Типовые тесты

1. *Двумя социальными предпосылками формирования общественного мнения являются ...*
 - А) наличие заинтересованного социального субъекта;
 - Б) наличие рыночной экономики;
 - В) наличие государственного принуждения;
 - Г) наличие проблемной ситуации.
2. *Общественное мнение как форма общественного сознания характеризуется двумя следующими признаками ...*
 - А) оно зависит от степени информированности общества;
 - Б) оно всегда объективно;
 - В) оно всегда рационально;
 - Г) оно выражает отношение различных социальных групп к процессам действительности.
3. *Две черты характерные для массовой коммуникации - это...*
 - А) опосредованность общения техническими средствами;
 - Б) сообщения не содержат ценностных оценок;
 - В) социальная актуальность и периодичность сообщений;
 - Г) сообщение лично ориентировано.
4. *Две функции, присущие СМИ как социальному институту - это...*
 - А) просвещение;

- Б) социальная стратификация;
- В) социальная дифференциация;
- Г) социальный контроль.

5. Два фактора, благодаря которым общественное мнение способствует формированию гражданского общества – это ...

- А) формирование ценностей согласия и консенсуса;
- Б) формирование его только правящей политической партией;
- В) формирование ценности этнической исключительности;
- Г) формирование его множеством социальных субъектов.

6. Рандомизация – это ...

- А) способ проведения социологического опроса;
- Б) способ проведения анкетирования;
- В) процедура отбора признаков для исследования, когда каждый признак или их комбинация имеет равные шансы на попадание в выборку;
- Г) обязательное условие социологического измерения.

7. Часть исследуемой совокупности людей, непосредственно принимающих участие в опросе в качестве объекта-носителя информации, называется ...

- А) исследовательская группа;
- Б) выборочная совокупность;
- В) экспериментальная группа;
- Г) генеральная совокупность

8. Социологическое исследование, направленное на сравнительное изучение социальных объектов и процессов в разные периоды времени называется _____ исследование

- А) выборочное;
- Б) пилотажное;
- В) панельное;
- Г) описательное.

9. Отличительной чертой научного наблюдения является ...

- А) широта подхода к рассматриваемым явлениям;
- Б) специальное образование наблюдателя;
- В) специальное оборудование;
- Г) необходимость учета погодных условий.

10. Типичной ошибкой анализа документов в социологическом исследовании является ...

- А) выбор документов формально по теме исследования;
- Б) анализ документа без предварительного плана;
- В) установление подлинности и достоверности документа;
- Г) составление списка документов, подлежащих исследованию.

Ключи к тестовым заданиям:

1 – а,г; 2 – а,г; 3 – а,в; 4 – а,г; 5 – а,г; 6 – в; 7 – б; 8 – в; 9 – а; 10 – б.

Типовые вопросы к контрольным работам

1. Типологический анализ массовых коммуникаций.
2. Особенность телевидения как СМК
3. Направления исследований аудитории массовых коммуникаций
4. Медиаизмерения: понятие и методология.
5. Структура российского радиовещания
6. Структурный анализ контента массовых коммуникаций.
7. Семиотический анализ контента массовых коммуникаций.
8. Дискурсивный анализ контента массовых коммуникаций.
9. История развития зарубежных СМК.
10. Функции интернет-СМК.

7.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция);
2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

1.Требование к теоретическому устному ответу

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не

затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

2. Творческие задания

Эссе – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

Критерии оценивания - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка *«хорошо»* ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если не выполнены никакие требования

3. Требование к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно

правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

Критерии оценивания – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

4. Интерактивные задания

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры).

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда, чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл. Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли, подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

5. Комплексное проблемно-аналитическое задание

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерий оценивания - оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

6. Исследовательский проект

Исследовательский проект – проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата (объем: 12-15 страниц.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерии оценивания - поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив дальнейшего исследования.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует

непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

7. Информационный проект (презентация)

Информационный проект – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

Критерии оценивания - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

8. Дискуссионные процедуры

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

– лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;

– смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый

смысл, новую позицию;

– смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

9. Тестирование

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

Критерии оценивания – правильный ответ на вопрос

Оценка «отлично» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий

Оценка «хорошо» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий

10. Требование к письменному опросу (контрольной работе)

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература:

1. Социология: учебное пособие / И. В. Андреев, Л. В. Власенко, З. И. Иванова [и др.]. — Москва: Московский государственный строительный университет, Ай Пи Эр Медиа, ЭБС АСВ, 2017. — 275 с. — ISBN 978-5-7264-1450-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/60764.html>

2. Лопатина Н.В. Социология маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лопатина Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Академический проект, 2016.— 304 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60139.html>

3. Фатхуллина, Л. З. Социология : учебное пособие / Л. З. Фатхуллина. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2018. — 192 с. — ISBN 978-5-7882-2348-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/95029.html>

8.2 Дополнительная учебная литература:

1. Бормотов, И. В. Теоретическая социология : учебное пособие / И. В. Бормотов. — Москва : Прометей, 2018. — 242 с. — ISBN 978-5-907003-20-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/94545.html>

2. Анпилогова Л.В. Теория коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Анпилогова Л.В., Кудашова Ю.В.— Электрон. текстовые данные. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2016.— 206 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61412.html>

8.3. Периодические издания

Вестник Российского нового университета. Серия Проблемы социально-гуманитарных и психологических наук

<http://www.iprbookshop.ru/21398.html>

Вестник Пермского университета. Серия Философия. Психология. Социология

<http://www.iprbookshop.ru/14220.html>

Вестник КазНУ. Серия психологии и социологии

<http://www.iprbookshop.ru/57718.html>

Ученые записки ИМЭИ

<http://www.iprbookshop.ru/44321.html>

Актуальные вопросы современной науки

<http://www.iprbookshop.ru/45755.html>

Евразийский вестник гуманитарных исследований

<http://www.iprbookshop.ru/45763.html>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
3. Сайт Института философии РАН: <http://iph.ras.ru/>
4. Философский портал: <http://www.philosophy.ru/>
5. Библиотека философии и религии: <http://filosofia.ru/>
6. Электронный альманах «Антропология. Философия человека»: <http://www.antropolog.ru/>
7. Журнал аналитической философии: <http://www.philosophy.ru/analytica/rus/index.htm>.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

8. работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
9. внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
10. выполнение самостоятельных практических работ;
11. подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

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

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016
2. Семейство ОС Microsoft Windows
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (Информационный комплекс)
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (ЭПС «Система ГАРАНТ»)
6. Антивирусная система NOD 32
7. Adobe Reader. Лицензия проприетарная свободно-распространяемая.
8. Электронная система дистанционного обучения АНОВО «Московский международный университет». <https://elearn.interun.ru/login/index.php>

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

1. компьютеры персональные для преподавателей с выходом в сети Интернет;
2. наушники;
3. вебкамеры;
4. колонки;
5. микрофоны.

13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские

(практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: (*«мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.*) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные 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.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.