

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ



Институт систем управления
Кафедра социологии и психологии

АННОТАЦИЯ

по дисциплине **«Социология массовой коммуникации»**

направление подготовки **39.03.01 Социология**
профиль **«Социология управления»**
всех форм обучения

Соответствует РПД

 УМУ СГЭУ Зав. кафедрой 
/Звоновский В.Б./



Самара 2015 г.

1. Цель и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Социология массовых коммуникаций» состоит в том, чтобы дать теоретическое и методологическое обоснование взаимодействия социальных структур общества и коммуникативных систем различных уровней, а также выявить взаимосвязь факторов, обуславливающих адекватную передачу и восприятие социально значимой информации в межличностной и массовой коммуникации, рассмотреть современные теории информационного общества и показать значимость коммуникативных параметров в современной социологической теории.

Задачи дисциплины:

- обобщить и закрепить накопленные в предыдущих курсах знания по социологии коммуникаций, дополнить эти знания обобщениями нового порядка (например, от языковой политики к информационной политике);
- познакомить с новыми теоретическими понятиями в социологии коммуникаций (уровни, типы коммуникации, институты коммуникации) и новыми теоретическими направлениями в исследовании коммуникации (тендерные различия в коммуникации и т.п.), новыми технологиями коммуникативного воздействия (НЛП-технологии);
- дать теоретические представления об информационном обществе как обществе нового типа и показать роль коммуникативных процессов в обеспечении эффективного функционирования этого типа общества, раскрыть значение процессов коммуникации для управления обществом, успешного функционирования организаций разного типа, значение коммуникативной компетентности личности для ее социального успеха;
- выработать практические навыки исследования коммуникативных процессов в обществе в контексте глобализации информационного пространства, познакомить с основными методами исследования коммуникативных процессов и привить практические навыки в области коммуникативного менеджмента.

2. Место дисциплины в учебном процессе и требования к уровню освоения

Данная дисциплина является вариативной обязательной в цикле профилирующих курсов БЗ.В.ОД.10 образовательной программы по направлению подготовки бакалавра и в соответствии с профилем подготовки, посвященных проблемам социальной коммуникации. Дисциплина опирается на уже полученные студентами знания по основам социологии, истории социологии и рассматривает современные теоретические концепции информационного общества. В то же время дисциплина является базовой для дисциплин «Социология общественного мнения» и «Социолингвистика».

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Для освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» необходимо, чтобы у студентов были сформированы следующие компетенции:

- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладанием высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);
- способностью использовать основные положения и методы гуманитарных и социально-экономических наук при решении профессиональных задач (ОК-9);
- способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-10);
- способностью и готовностью использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности (ПК-4);
- умением использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп (ПК-5);

- способностью участвовать в разработке основанных на профессиональных социологических знаниях предложений и рекомендаций по решению социальных проблем, в разработке механизмов согласования интересов социальных групп и общностей (ПК-6);

- способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб (ПК-9).

Для достижения указанной цели и решения поставленных задач студент должен:

Знать:

- основные понятия социологии коммуникации;
- методы исследования коммуникативных процессов;
- роль социологии коммуникации в управлении социальными процессами.

Уметь:

- анализировать теоретические источники, с учетом полученных знаний современную информационную политику;

- разрабатывать планы коммуникативного управления для конкретных типов организаций, диагностировать проблемы межличностного общения и предлагать рекомендации по их разрешению;

- применять методы исследования коммуникативных процессов в своей практической деятельности.

Иметь представление:

- о системности и институтах коммуникации;
- о технологиях социологии коммуникации;
- о показателях уровня организации, типа, аспекта и аппарата.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц	Семестр 5
Аудиторные занятия	36	36
В том числе:		
Лекции	18	18
Практические занятия (ПЗ)	18	18
Самостоятельная работа (всего)	45	45
В том числе:		
Курсовая работа		
Другие виды самостоятельной работы	45	45
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	27	27
Общая трудоемкость	108	108
часы		
зачетные единицы	4	4