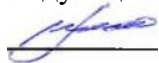


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Актуализировано:  
на заседании кафедры социологии и  
работы с молодежью  
протокол № 10 от «17» июня 2017 г.  
Заведующий кафедрой



/Шайхисламов Р.Б.

Согласовано:  
Председатель УМК факультета  
философии и социологии

 /Хабибуллина З.Н.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

дисциплина  
**ПРАКТИКУМ ПО СОЦИОЛОГИИ КОММУНИКАЦИИ**

*(наименование дисциплины)*

Вариативная часть

*(Цикл дисциплины и его часть (базовая, вариативная, дисциплина по выбору))*

**программа бакалавриата**

Направление подготовки (специальность)

**39.03.01 Социология**

*(указывается код и наименование направления подготовки (специальности))*

Направленность (профиль) подготовки

**Социология управления, экономики и коммуникаций**

*(указывается наименование направленности (профиля) подготовки)*

Квалификация

**Бакалавр**

*(указывается квалификация)*

Разработчик (составитель) <u>доцент, канд. социол. наук</u> (должность, ученая степень, ученое звание)	 / Садретдинова Э.В. (подпись, Фамилия И.О.)
--	--

Для приема: 2014 г.

Уфа 2017 г.

Составитель: Садретдинова Эвеллина Винеровна, к.с.н., доцент кафедры социологии и работы с молодежью

Рабочая программа дисциплины актуализирована на заседании кафедры социологии и работы с молодежью протокол от «17» июня 2017 г. № 10

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры: обновлено содержание изучаемых тем, обновлено содержание вопросов к зачету, пересмотрены и обновлены практические задания, расширен список тем эссе, предложены новые формы практических заданий (подготовка и защита проектов в форме презентаций), пересмотрен список литературы,  
протокол № 10 от «16» июня 2018 г.

Заведующий кафедрой



/ Шайхисламов Р.Б.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры: обновлен список литературы, список вопросов для аттестации по итогам дисциплины, обновлено программное обеспечение,  
протокол № 8 от «22» апреля 2019 г.

Заведующий кафедрой



/ Шайхисламов Р.Б.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_ г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_ Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_ г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_ Ф.И.О./

### Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	7
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	7
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	8
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	8
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	12
4.3. Рейтинг-план дисциплины	15
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	42
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	42
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	43
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	44
Приложение 1	45
Приложение 2	58

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (с ориентацией на карты компетенций)**

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	Базовые знания о требованиях к проведению исследовательского, аналитического проекта	ПК-3 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	
	Теоретические представления о коммуникативных процессах (индивидуально-личностных, организационных, масс-коммуникативных)	ПК-3 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	
	Знания о методах анализа данных	ПК-4 умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций	
	Знания о системной организации коммуникации, в т.ч. о сущности и особенностях естественных и искусственных коммуникативных систем	ПК-4 умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций	
	Знания о составлении коммуникационных и маркетинговых проектов и планов	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	
	Основные понятия, законы и теории социальной коммуникации	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	
Умения	Проведение НИР, аналитических разработок	ПК-3 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	

	Составлять аналитические записки и рекомендации	ПК-4 умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций	
	Анализировать функции и социально-значимые категории разных уровней и типов коммуникации	ПК-4 умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций	
	Составлять программу и план исследования	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	
	Определить стратегию и тактику исследовательской деятельности	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	
Владения (навыки / опыт деятельности)	Закрепление навыков формулирования целей и задач исследования при выполнении НИР, практических заданий	ПК-3 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	
	Навыки применения теории и методов коммуникации для решения научно-исследовательских проблем	ПК-3 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	
	Базовые навыки создания документов, используемых в сфере коммуникаций (в т.ч. PR)	ПК-3 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	
	Первичные навыки обработки и анализа данных, экспертизы	ПК-4 умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций	
	Навыки анализа возможностей и перспектив воздействия СМК на различные социальные общности и аудитории потребителей	ПК-4 умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций	
	Закрепление навыков проведения научных исследований с опорой на теоретические знания и прикладные умения	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	
	Навыки социологического исследования различных типов коммуникации, в т.ч.	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	

	социологического исследования деятельности СМК		
	Навыки реализации системы интегрированных маркетинговых коммуникаций в коммуникационной политике организации	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	

## 2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «**Практикум по социологии коммуникации**» относится к вариативной части.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре, на 4 курсе в 7 и 8 семестрах (**очная** форма обучения), на 4 курсе в 8 семестре, на 5 курсе в 9 и 10 семестрах (**заочная** форма обучения).

Цель изучения дисциплины: систематизация и углубление знаний и развитие практических умений и навыков по социологии коммуникации, применяемым в профессиональной деятельности социолога: развитие социологических представлений о роли социальной коммуникации в обществе; основных элементах коммуникативного процесса и уровнях коммуникативных систем; закономерностях эволюции парадигм социальной коммуникации, а также особенностях функционирования коммуникативных процессов в различных сферах общества (межличностные, межгрупповые, массовые коммуникации); формирование у студентов умений и навыков социологических исследований в области социальных коммуникаций.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: Практикум по методологии и методам социологического исследования (3-4 сем.), Социология коммуникации (4 сем.).

Данная дисциплина имеет междисциплинарные связи с отраслевыми дисциплинами (Основы теории коммуникации (5 сем.), Социология общественных связей (6 сем.), Социология маркетинга (7 сем.), и др).

Практикум по социологии коммуникации способствует успешному изучению дисциплины Социология массовых коммуникаций (7 сем.).

Требования к входным знаниям: бакалавр должен иметь общее представление об особенностях развития и направлениях развития социальной мысли, методах сбора социологических данных; понимать суть, причины возникновения и тенденции развития социальных процессов, в том числе социально-коммуникативных процессов.

## 3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) «Практикум по социологии коммуникации» составляет 5 зачетных единиц, 180 часов, из них:

для **очной формы** обучения: практических занятий - 86, ФКР – 0.6, самостоятельная работа студентов – 93.4; контактная нагрузка – 86.6.

для **заочной формы** обучения: практических занятий - 24, ФКР – 2.6, самостоятельная работа студентов – 142, контроль – 11.4; контактная нагрузка – 26.6.

#### 4. Фонд оценочных средств по дисциплине

##### 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции:

**ПК-3 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами**

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	<b>Знать:</b> 1. Базовые знания о требованиях к проведению исследовательского, аналитического проекта	1. Не знает требований к проведению исследовательского, аналитического проекта	Обладает базовыми знаниями о требованиях к проведению исследовательского, аналитического проекта
	2. Теоретические представления о коммуникативных процессах (индивидуально-личностных, организационных, масс-коммуникативных)	2. Не обладает представлениями о коммуникативных процессах (индивидуально-личностных, организационных, масс-коммуникативных)	Знает систему коммуникативных процессов (индивидуально-личностных, организационных, масс-коммуникативных)
Второй этап (уровень)	<b>Уметь:</b> 1. Проведение НИР, аналитических разработок	1. Не умеет проводить НИР, создавать аналитические разработки	Умеет проводить НИР, создавать аналитические разработки
Третий этап (уровень)	<b>Владеть:</b> 1. Закрепление навыков формулирования целей и задач исследования при выполнении НИР, практических заданий	1. Не владеет навыками составления социальных программ и проектов на основе экономических знаний	Владеет навыками составления социальных программ и проектов на основе экономических знаний
	2. Навыки применения теории и методов коммуникации для решения научно-исследовательских проблем	2. Не владеет навыками применения теории и методов коммуникации для решения научно-исследовательских проблем	Владеет навыками применения теории и методов коммуникации для решения научно-исследовательских проблем
	3. Базовые навыки создания документов, используемых в сфере коммуникаций (в т.ч. PR)	3. Не владеет навыками создания документов, используемых в сфере коммуникаций (в т.ч. PR)	Владеет навыками создания документов, используемых в сфере коммуникаций (в т.ч. PR)



Код и формулировка компетенции:

**ПК-4 умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций**

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	<b>Знать:</b> 1. Знания о методах анализа данных	1. Не знает методов анализа данных	Знает методы анализа данных
	2. Знания о системной организации коммуникации, в т.ч. о сущности и особенностях естественных и искусственных коммуникативных систем	2. Не обладает знаниями о системной организации коммуникации, в т.ч. о сущности и особенностях естественных и искусственных коммуникативных систем	2. Демонстрирует знания системной организации коммуникации, в т.ч. о сущности и особенностях естественных и искусственных коммуникативных систем
Второй этап (уровень)	<b>Уметь:</b> 1. Составлять аналитические записки и рекомендации	1. Не умеет составлять аналитические записки и рекомендации	Умеет составлять аналитические записки и рекомендации
	2. Анализировать функции и социально-значимые категории разных уровней и типов коммуникации	2. Не умеет анализировать функции и социально-значимые категории разных уровней и типов коммуникации	Демонстрирует умения анализировать функции и социально-значимые категории разных уровней и типов коммуникации
Третий этап (уровень)	<b>Владеть:</b> 1. Первичные навыки обработки и анализа данных, экспертизы	1. Не владеет навыками обработки и анализа данных, экспертизы	Владеет навыками обработки и анализа данных, экспертизы
	2. Навыки анализа возможностей и перспектив воздействия СМК на различные социальные общности и аудитории потребителей	2. Не владеет навыками анализа возможностей и перспектив воздействия СМК на различные социальные общности и аудитории потребителей	Владеет навыками анализа возможностей и перспектив воздействия СМК на различные социальные общности и аудитории потребителей

Код и формулировка компетенции:

**ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб**

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	<b>Знать:</b> 1. Знания о составлении коммуникационных и маркетинговых проектов и планов	1. Не обладает знаниями о составлении коммуникационных и маркетинговых проектов и планов	Обладает знаниями о составлении коммуникационных и маркетинговых проектов и планов
	2. Основные понятия, законы и теории социальной коммуникации	2. Не знает основные понятия, законы и теории социальной коммуникации	Знает основные понятия, законы и теории социальной коммуникации
Второй этап (уровень)	<b>Уметь:</b> 1. Составлять программу и план исследования	1. Не умеет составлять программу и план исследования	Умеет составлять программу и план исследования
	2. Определить стратегию и тактику исследовательской деятельности	2. Не умеет определять стратегию и тактику исследовательской деятельности	Демонстрирует умения определять стратегию и тактику исследовательской деятельности
Третий этап (уровень)	<b>Владеть:</b> 1. Закрепление навыков проведения научных исследований с опорой на теоретические знания и прикладные умения	1. Не владеет навыками проведения научных исследований с опорой на теоретические знания и прикладные умения	Владеет навыками проведения научных исследований с опорой на теоретические знания и прикладные умения
	2. Навыки социологического исследования различных типов коммуникации, в т.ч. социологического исследования деятельности СМК	2. Не владеет навыками социологического исследования различных типов коммуникации, в т.ч. социологического исследования деятельности СМК	Владеет навыками социологического исследования различных типов коммуникации, в т.ч. социологического исследования деятельности СМК
	3. Навыки реализации системы интегрированных маркетинговых коммуникаций в коммуникационной политике организации	3. Не владеет навыками реализации системы интегрированных маркетинговых коммуникаций в коммуникационной политике организации	Владеет навыками реализации системы интегрированных маркетинговых коммуникаций в коммуникационной политике организации

### Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания на очной форме обучения являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (*для зачета*: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум – 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10). Смотрите рейтинг-план.

#### Шкала оценивания для зачета:

от 0 до 59 баллов – не зачтено;

от 60 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов) – зачтено.

Критериями оценивания на заочной форме обучения являются оценки, которые выставляются преподавателем за ответы студентов на семинарских и практических занятиях, за выполнение практических заданий. Наличие положительно оцененных ответов на семинарских и практических занятиях учитывается при выставлении оценки на зачете (зачтено / не зачтено).

#### Шкала оценивания для ответов на занятиях:

«не удовлетворительно»;

«удовлетворительно»;

«хорошо»;

«отлично».

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап  Знания	1. Базовые знания о требованиях к проведению исследовательского, аналитического проекта	ПК-3 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания, подготовка проекта и защита презентации
	2. Теоретические представления о коммуникативных процессах (индивидуально-личностных, организационных, масс-коммуникативных)	ПК-3 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, составление и защита терминологического словаря, тест, практические задания, контрольная работа*
	3. Знания о методах анализа данных	ПК-4 умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
	4. Знания о системной организации коммуникации, в т.ч. о сущности и особенностях естественных и искусственных коммуникативных систем	ПК-4 умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, практические задания
	5. Знания о составлении коммуникационных и маркетинговых проектов и планов	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания,

		области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	подготовка проекта и защита презентации
	6. Основные понятия, законы и теории социальной коммуникации	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания, тест, составление и защита терминологического словаря, контрольная работа*
2-й этап Умения	1. Проведение НИР, аналитических разработок	ПК-3 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	Практические задания, подготовка проекта и защита презентации
	2. Составлять аналитические записки и рекомендации	ПК-4 умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций	Практические задания
	3. Анализировать функции и социально-значимые категории разных уровней и типов коммуникации	ПК-4 умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, практические задания
	4. Составлять программу и план исследования	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	Практические задания

	5. Определить стратегию и тактику исследовательской деятельности	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	Практические задания, подготовка проекта и защита презентации
3-й этап  Владеть навыками	1. Закрепление навыков формулирования целей и задач исследования при выполнении НИР, практических заданий	ПК-3 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	Практические задания
	2. Навыки применения теории и методов коммуникации для решения научно-исследовательских проблем	ПК-3 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	Практические задания
	3. Базовые навыки создания документов, используемых в сфере коммуникаций (в т.ч. PR)	ПК-3 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
	4. Первичные навыки обработки и анализа данных, экспертизы	ПК-3 способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания

5. Навыки анализа возможностей и перспектив воздействия СМК на различные социальные общности и аудитории потребителей	ПК-4 умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания, подготовка проекта и защита презентации
6. Закрепление навыков проведения научных исследований с опорой на теоретические знания и прикладные умения	ПК-4 умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций	Практические задания
7. Навыки социологического исследования различных типов коммуникации, в т.ч. социологического исследования деятельности СМК	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	Практические задания
8. Навыки реализации системы интегрированных маркетинговых коммуникаций в коммуникационной политике организации	ПК-5 способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб	Практические задания

\* Примечание: контрольная работа выполняется по заочной форме обучения

### 4.3. Рейтинг-план дисциплины

Рейтинг–план дисциплины представлен в приложении 2.

#### ***Типовые вопросы для зачета (1 раздел) (ОЗО, 8 семестр)***

1. Коммуникация как объект изучения социальных наук: лингвистики, паралингвистики, социолингвистики, теории коммуникации, психологии, культурологии.
2. Элементарная схема коммуникации. Типы коммуникации: материальная, смысловая. Социальная коммуникация как движение смыслов в социальном времени и пространстве.
3. Формы коммуникационного действия: подражание, диалог, управление. Виды коммуникации (микро-, миди-, макрокоммуникация; межличностная, групповая, массовая) и формы коммуникационной деятельности.
4. Коммуникативная проблематика в античных социальных учениях.

5. Коммуникативная проблематика в христианской и новоевропейской культуре. Герменевтический подход (Ф. Шлейермахер, М. Хайдеггер, Г. Гадамер).
6. Исследования коммуникации как социального явления в экзистенциализме, персонализме.
7. Понятие «дискурс» в анализе коммуникации. «Диалогический принцип» М. Бубера.
8. Появление и развитие семиотики. Понятие знака и семиозиса в теориях Ч. Пирса и Ч. Морриса.
9. Теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса.
10. Интеракционистские подходы к анализу социальных коммуникаций: символический интеракционизм (Дж. Мид); коммуникация «соприсутствия» (фреймов) И. Гофмана (драматургический подход).
11. Интеракционистский культурологический подход к изучению коммуникации. Теория межкультурного содержания коммуникации Э. Холла. Понятие «социальной дистанции»; социокультурные аспекты коммуникации в теории «лица» (идентичности) в переговорах (С. Тинг-Туми).
12. Этнометодология: механизмы социальной коммуникации (Г. Гарфинкель). Правила общения и общественные отношения.
13. Проблема социального взаимодействия в теориях социального обмена. Принципы обменных взаимоотношений в теории социального обмена Д. Хоманса.
14. Теория снижения неопределенности Ч. Бергера. Управление неопределенностью (У. Гудикунст). Теория социального (коммуникационного) поля К. Левина.
15. Технократические подходы к анализу социальных коммуникаций: теория социальной коммуникации Г.А. Инниса. Временно- и пространственно-ориентированные медиа.
16. Культурологическая теория коммуникации Г. М. Маклюэна.
17. Концепции информационного общества Д. Белла, Э. Тоффлера, Ф. Фукуямы, Дж. Рифкина и др.
18. Психологические подходы к анализу коммуникаций: социально-когнитивная теория А. Бандуры; теория убеждающего воздействия (К. Ховланд, И. Джанис).
19. Категории «коммуникативное пространство» и «коммуникативное время» в социологии коммуникаций: проблематика социального пространства в работах Г. Зиммеля, Э. Дюркгейма, П. Сорокина. Концепции действия, субстанциализма, реляционизма о социальном пространстве.
20. Коммуникативное пространство и его параметры. Социальная дистанция в системе коммуникативного пространства. Шкала Э. Богардуса. Исследование коммуникативного пространства представителями Чикагской школы социологии.
21. Коммуникативное время как длительность и последовательность коммуникативных актов.
22. Социально-коммуникативная система: сущность, специфика, характерные черты.
23. Естественные коммуникативные системы. Виды естественных коммуникативных систем.
24. Искусственные коммуникативные системы. Виды искусственных коммуникативных систем.
25. Слово как основная единица языка. Речевой акт. Высказывание и предложение: отличительные особенности, черты высказывания. Типы высказываний.
26. Текст, его сущность, свойства, структура. Информационно-целевой анализ текста, первичная и вторичная информативность (методика Т.М. Дридзе).
27. Дискурс: свойства, признаки, подходы к моделированию. Ситуативный тип дискурса и его компоненты: поле, смысл, способ. Виды дискурса.
28. Метаязык и метакоммуникация. Профессионализмы. Специфика научного дискурса.
29. Язык как коммуникативная система: основные формы существования языка. Языковая политика. Языковая ситуация, ее основные характеристики.
30. Коммуникативная личность: понятие, основные параметры (мотивационный, когнитивный, функциональный). Коммуникативная потребность и коммуникативная



установка.

31. Гендерные различия в коммуникации
32. Устная коммуникация: понятие, функции речи. Монолог, диалог, спор как форма речевой коммуникации. Стратегия и тактика аргументации.
33. Документальная коммуникация. Документ и его виды. Цензура.
34. Публичная коммуникация и ее виды (устная, деловая, публицистическая).
35. Игра как форма коммуникативной деятельности. Виды игр. Псевдоигры.
36. Слухи как канал коммуникации.

### ***Типовые вопросы для зачета (2 раздел) (ОЗО, 9 семестр)***

1. Понятие и особенности межличностной коммуникации. Аксиомы П. Вацлавика, П. Грайса.
2. Стратегии и стили межличностной коммуникации.
3. Коммуникативное говорение и слушание.
4. Малая группа как субъект социально-коммуникативной деятельности: понятие, признаки, типология.
5. Коммуникативные структуры в малой группе (фронтальная, радиальная, иерархическая и др.).
6. Формирование групповой сплоченности. Лидерство в малой группе. Групповое давление. Влияние большинства. Влияние меньшинства.
7. Коммуникации в организации. Организация, ее структура (внутренняя, внешняя).
8. Коммуникации в организации (деловая беседа, совещание, пресс-конференция, деловые переговоры).
9. Имидж организации: понятие и элементы. Технологии формирования имиджа.
10. Брендинг: понятие, причины появления и измерение бренда. Этапы формирования бренда. Типология структуры брендов.
11. Сущность и характеристики массовой коммуникации.
12. Генезис массовой коммуникации.
13. Формы массовых коммуникаций.
14. Основные теоретические направления изучения массовой коммуникации: исследования Анненбергской школы: функции СМК; теории «волшебной пули» и «подкожных инъекций»; - теория двухступенчатого потока информации (П. Лазарсфельд, Б. Берельсон, Г. Годэ); «Спираль молчания» Э. Ноэль-Нойман; теория диффузии (распространения) инноваций (Э. Роджерс); теория культивирования (Дж. Гербнер). Мейнстриминг.
15. Основные теоретические направления изучения массовой коммуникации: теория урегулирования повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу). Прайминг; теория использования и удовлетворения (Д. Бламлер, Э. Кац); теория зависимости (С. Болл-Рокеш, М. де Флер); исследования франкфуртской школы: «одномерное сознание» и «одномерный человек» (Хоркхаймер, Маркузе).
16. Система СМК: средства массовой информации (СМИ), телекоммуникация, информатика. Структура современной системы СМИ: пресса, аудиовизуальные СМИ, информационные службы. Службы паблик-релейшнз.
17. Концепции политической власти в социальной мысли.
18. Источники и принципы эффективности власти.
19. Понятие, структура, средства и модели политической коммуникации (модель Ж. Коттрэ, модель вещания, диалоговая модель, консультационная модель, регистрационная модель).
20. Электоральная политическая коммуникация (избирательная кампания и ее типы; электронная демократия).
21. Манипуляция в политической коммуникации.
22. Понятие и цели PR-коммуникации. Модели PR-коммуникации (Дж. Груниг). PR и реклама: общее и особенное.
23. Формы PR-деятельности. Спин-докторинг.

24. Понятие межкультурной коммуникации. Исследования межкультурной коммуникации (Э. Холл).
25. Формы межкультурной коммуникации. Аккультурация, ее основные стратегии: ассимиляция, сепарация, маргинализация, интеграция. Факторы аккультурации. Культурная экспансия. Культурная диффузия, ее направления. Культурный конфликт, его виды.
26. Лингвистические аспекты межкультурной коммуникации. Проблема понимания в межкультурном взаимодействии.
27. Исследования невербальных аспектов межкультурной коммуникации. Пространство в межкультурной коммуникации, зоны коммуникации (Э. Холл). Восприятие времени в разных культурах.
28. Типы восприятия межкультурных различий. Эволюция восприятия новой культуры: основные этапы (Н.К. Иконникова).
29. Государство и СМИ: нормативные теории. Модель независимых СМИ (прессы). Модель социальной ответственности. Модель демократического представительства. Авторитарная модель. Модель развития.
30. Законодательные и этические нормы функционирования (регулирования деятельности) СМИ.
31. Роль массовой информации в контексте базовых прав и свобод личности. У. Липпманн и Дж. Дьюи о роли СМИ в демократическом обществе. Концепции свободы СМИ (печати) Дж. Милтона, Дж. Локка. И. Бенгама, Дж. Ст. Милля.
32. Публичность, общественность в концепции Ю. Хабермаса.
33. Молодежь в коммуникативном пространстве. Теории молодежи: молодежь как носитель психофизических свойств личности; молодежь как феномен культуры; молодежь как объект и субъект процесса преемственности и смены поколений.
34. Молодежная аудитория в системе коммуникативного пространства. Внутренняя дифференциация молодежной среды и особенности взаимодействия ее сегментов со СМИ (пол, возраст, культурные и политические ориентации).
35. Особенности циркуляции информации в молодежной среде. Мемы как социально-коммуникативный фактор конструирования жизненного пространства молодежи.
36. Молодежь как целевая аудитория PR-кампаний и рекламы. Роль СМИ в социализации молодежной аудитории.

### ***Типовые вопросы для зачета (3 раздел) (ОЗО, 10 семестр)***

1. Социальные проблемы как коммуникативный феномен. Понятие социальной проблемы. Объективные и субъективные компоненты социальных проблем. Типология социальных проблем.
2. Направления и школы в объяснении социальных проблем: конструктивизм (П. Бергер, Т. Лукман) и исследования роли СМК в освещении социальных проблем: «медиаконтролеры», «установление повестки дня», «производство новостей», «Наркотизирующая дисфункция средств массовой коммуникации», «моральная паника» и др.
3. Направления и школы в объяснении социальных проблем: концепция «публичных арен» С. Хилгартнера и Ч. Боска. Особенности массовой коммуникации как «публичной арены».
4. Направления и школы в объяснении социальных проблем: субъективистский подход: субъективизм, теория ценностного конфликта (Р. Фуллер, Р. Майерс), метод «наклеивания ярлыков» (Г. Беккер, Э. Лемерт).
5. Функциональная школа в изучении социальных проблем: социальная проблема как дисфункция (Р. Мертон, Р. Нисбет);
6. Социальная проблема как «социальная дезорганизация» и «социальная патология» (У. Томас, Ф. Знанецкий, Т. Шибутани).
7. Проблема доверия / недоверия к СМК в современном российском обществе. Причины доверия / недоверия.

8. Миф и его структура. Типы мифов в СМК.
9. Д. Фиске о тексте медиасообщения. Полисемичность и интертекстуальность сообщений СМК. Открытость и закрытость текста (У. Эко). Кодирование и декодирование (Э. Холл).
10. Методы социологического анализа медиатекстов. Контент-анализ. Event-анализ событий, освещаемых СМИ.
11. История становления и развития Интернет-коммуникаций.
12. Особенности Интернет как формы массовых коммуникаций.
13. Социальный состав пользователей и лингвистические особенности Интернет - коммуникации. Сетевой сленг в компьютерной культуре (на примере самостоятельного анализа отдельных социальных сетей).
14. Возможности и направления использования Интернет-коммуникаций в решении социальных проблем.
15. Проблема самопрезентации в Интернет - коммуникации.
16. Особенности межличностного общения в условиях физической непредставленности.
17. Проблема самоидентичности в Интернет - коммуникации: гендер, социальный возраст и статусно-профессиональные характеристики.
18. Интернет-зависимость как социальная проблема (исследования К. Янг).
19. Понятие и классификация аудитории СМК.
20. История исследования аудитории СМК.
21. Измерение аудитории СМК (опросные методы, рейтинги, методика FRY, дневниковые панели, пиплметрия).
22. Информационная политика: понятие, субъекты, эффективность.
23. Информационная безопасность и ее составляющие. Нормативно-правовое обеспечение информационной безопасности.
24. Коммуникативный менеджмент как разновидность управления социальными процессами.

Примерные критерии оценивания ответа на зачете (для студентов *бакалавриата заочной формы обучения*, кто учится без использования модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости):

**Критерии оценки (зачтено / не зачтено):**

Оценка на зачете выставляется с учетом уровня знаний, показанных студентом при ответе во время зачета, а также исходя из критериев качества выполненной работы в ходе лекционных и практических занятий.

Оценка «**зачтено**» ставится за самостоятельный, обстоятельный, развернутый ответ по теме; умение излагать материал последовательно и грамотно, делать необходимые обобщения и выводы; умение аргументировать свой ответ в ходе беседы с преподавателем. Оценка «зачтено» также выставляется, если ответ имеет один из недостатков: в изложении допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание ответа; допущены один – два недочета при освещении основного содержания вопросов; при ответе недостаточно полно развернута аргументация.

Оценка «**не зачтено**» ставится, если не раскрыто основное содержание вопросов к зачету; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии; нарушена логика в изложении материала, нет необходимых обобщений и выводов.

## **Типовые вопросы для семинарских (практических) занятий**

### **Раздел 1**

#### **Тема 1. Предметная область и ключевые понятия социологии коммуникации.**

##### **Основные теоретические подходы к изучению социальной коммуникации**

1. Коммуникация как объект изучения социальных наук: лингвистики, паралингвистики, социолингвистики, теории коммуникации, психологии, культурологии.
2. Элементарная схема коммуникации. Отличительные признаки коммуникации. Типы коммуникации: материальная, смысловая. Социальная коммуникация как движение смыслов в социальном времени и пространстве. Различия в содержании понятий «общение», «коммуникация», речевая деятельность».
3. Формы коммуникационного действия: подражание, диалог, управление. Виды коммуникации (микро-, миди-, макрокоммуникация; межличностная, групповая, массовая) и формы коммуникационной деятельности.
4. Коммуникативная проблематика в античных социальных учениях.
5. Коммуникативная проблематика в христианской и новоевропейской культуре. Герменевтический подход (Ф. Шлейермахер, М. Хайдеггер, Г. Гадамер).
6. Исследования коммуникации как социального явления в экзистенциализме, персонализме, семиотике:
  - «объективная» и «экзистенциальная» коммуникация К. Ясперса;
  - коммуникация в философии персонализма (Э. Мунье);
  - понятие «дискурс» в анализе коммуникации. «Диалогический принцип» М. Бубера;
  - появление и развитие семиотики. Понятие знака и семиозиса в теориях Ч. Пирса и Ч. Морриса;
  - теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса.
7. Интеракционистские подходы к анализу социальных коммуникаций:
  - символический интеракционизм: взаимодействие – непрерывный диалог (Д. Мид);
  - коммуникация «соприсутствия» (фреймов) И. Гофмана (драматургический подход);
  - интеракционистский культурологический подход к изучению коммуникации. Теория межкультурного содержания коммуникации Э. Холла. Понятие «социальной дистанции»;
  - социокультурные аспекты коммуникации в теории «лица» (идентичности) в переговорах (С. Тинг-Туми);
  - этнометодология: механизмы социальной коммуникации (Г. Гарфинкель). Правила общения и общественные отношения;
  - проблема социального взаимодействия в теориях социального обмена. Принципы обменных взаимоотношений в теории социального обмена Д. Хоманса. Исследование межличностных взаимодействий с помощью матрицы исходов. Представление социальной коммуникации в виде матрицы возможных исходов: модель «дилемма узника».
  - теория снижения неопределенности Ч. Бергера. Типы неопределенности и коммуникативные проблемы, выбор стратегии коммуникации. Управление неопределенностью (У. Гудикунст). Теория социального (коммуникационного) поля К. Левина.
8. Технократические подходы к анализу социальных коммуникаций:
  - теория социальной коммуникации Г.А. Инниса. Временно- и пространственно-ориентированные медиа;
  - культурологическая теория коммуникации Г. М. Маклюэна;
  - концепции информационного общества Д. Белла, Э. Тоффлера, Ф. Фукуямы, Дж. Рифкина и др.
9. Психологические подходы к анализу коммуникаций: социально-когнитивная теория А. Бандуры; теория убеждающего воздействия (К. Ховланд, И. Джанис).
10. Категории «коммуникативное пространство» и «коммуникативное время» в социологии коммуникаций:
  - проблематика социального пространства в работах Г. Зиммеля, Э. Дюркгейма, П. Сорокина. Концепции действия, субстанциализма, реляционизма о социальном пространстве;
  - коммуникативное пространство и его параметры. Социальная дистанция в системе коммуникативного пространства. Шкала Э. Богардуса. Исследование коммуникативного пространства представителями Чикагской школы социологии;

- коммуникативное время как длительность и последовательность коммуникативных актов.

## **Тема 2. Системность коммуникации. Виды коммуникативных систем**

1. Социально-коммуникативная система: сущность, специфика, характерные черты.
2. Естественные коммуникативные системы. Виды естественных коммуникативных систем.
3. Искусственные коммуникативные системы. Виды искусственных коммуникативных систем (априорные, апостериорные):
  - Художественная коммуникация: сущность, специфика, этапы.
  - Язык искусства: восприятие и понимание в художественной коммуникации.
  - Киноискусство как коммуникативная система.
4. Новые художественные направления: хэппенинг, флэш-моб, энвайронмент, инсталляция, перформанс.

## **Тема 3. Семиотический уровень коммуникации**

1. Уровни коммуникации. Функциональная общность и различия коммуникативных средств. Вербальные, невербальные и синтетические знаки; особенности передачи информации.
2. Семиотика, история ее развития. Основные принципы семиотики (Ч. Пирс, Ч. Моррис). Типология знаков Ч.Пирса: иконический, индекс, символ. Проблема социальной обусловленности знака, понятие социального символа. Денотат и коннотат. Оппозиция знаков (символов) как семиотическая закономерность. Кумулятивное свойство семиотических систем. Три аспекта семиотики: синтактика, семантика, прагматика. Значение как центральное понятие семантики. «Семантический треугольник». Проблема неоднозначности соответствия элементов «семантического треугольника». Прагматика языка, прагматические закономерности.
3. Невербальная коммуникация:
  - Молчание как коммуникация;
  - Определение психологических характеристик личности на основе невербального поведения.

## **Тема 4. Лингвистический и металингвистический уровни коммуникации**

1. Слово как основная единица языка. Речевой акт: понятие, основные характеристики, типология. Высказывание и предложение: отличительные особенности, черты высказывания. Типы высказываний (комиссивы, экспрессивы, директивы, декларативы, оптативы).
2. Текст, его сущность, свойства, структура. Информационно-целевой анализ текста, первичная и вторичная информативность (методика Т.М. Дридзе).
3. Дискурс: свойства, признаки, подходы к моделированию. Ситуативный тип дискурса и его компоненты: поле, смысл, способ. Понятие кода и регистра. Виды дискурса.
4. Метаязык и метакоммуникация. Профессионализмы. Специфика научного дискурса.
5. Социальные аспекты речевого общения. Речевой этикет. Русская система личного наименования.
6. Язык как коммуникативная система:
  - основные формы существования языка (литературный язык, просторечие, язык-пиджин, креольский язык, диалекты);
  - понятие о билингвизме, полилингвизме, диглоссии. Языковая политика;
  - языковая ситуация, ее основные характеристики. Языковые ситуации в современном российском обществе. Языковая ситуация в Республике Башкортостан.

## **Тема 5. Коммуникативная личность. Гендерные различия в коммуникативных процессах**

1. Коммуникативная личность: понятие, основные параметры (мотивационный, когнитивный, функциональный). Коммуникативная потребность и коммуникативная установка.

2. Гендерные различия в коммуникации: биологические особенности, уровень речевой активности, построение разговора и словарный запас;
- особенности мужских и женских стилей невербального диалогического поведения: заполнение пауз, позы, зрительный контакт. Пространственное и визуальное поведение мужчин и женщин;
  - современные исследования влияния гендерных различий на характер когнитивных процессов и коммуникативное поведение личности.

### **Тема 6. Коммуникативные каналы**

1. Устная коммуникация: понятие, функции речи. Монолог, диалог, спор как форма речевой коммуникации. Стратегия и тактика аргументации.
2. Документальная коммуникация. Документ и его виды. Цензура.
3. Публичная коммуникация и ее виды (устная, деловая, публицистическая).
4. Игра как форма коммуникативной деятельности. Виды игр. Псевдоигры.
5. Слухи как канал коммуникации.

## **Раздел 2**

### **Тема 7. Межличностная коммуникация**

1. Понятие и особенности межличностной коммуникации. Аксиомы П. Вацлавика, П. Грайса.
2. Стратегии и стили межличностной коммуникации.
3. Коммуникативное говорение и слушание.

### **Тема 8. Групповая коммуникация**

#### **8.1. Коммуникации в малой группе**

1. Малая группа: понятие, признаки, типология.
2. Коммуникативные структуры в малой группе (фронтальная, радиальная, иерархическая и др.).
3. Формирование групповой сплоченности. Лидерство в малой группе. Групповое давление. Влияние большинства. Влияние меньшинства.

#### **8.2. Профессионально-ориентированные коммуникации. Коммуникации в организации**

1. Организация, ее структура (внутренняя, внешняя).
2. Коммуникации в организации (деловая беседа, совещание, пресс-конференция, деловые переговоры).
3. Имидж организации: понятие и элементы. Технологии формирования имиджа.
4. Брендинг: понятие, причины появления и измерение бренда. Этапы формирования бренда. Типология структуры брендов.

### **Тема 9. Массовая коммуникация**

1. Сущность и характеристики массовой коммуникации.
2. Генезис массовой коммуникации.
3. Формы массовых коммуникаций.
4. Основные теоретические направления изучения массовой коммуникации:
  - исследования Анненбергской школы: функции СМК;
  - теории «волшебной пули» и «подкожных инъекций»;
  - теория двухступенчатого потока информации (П. Лазарсфельд, Б. Берельсон, Г. Годэ);
  - «Спираль молчания» Э. Ноэль-Нойман;
  - теория диффузии (распространения) инноваций (Э. Роджерс);
  - теория культивирования (Дж. Гербнер). Мейнстриминг;
  - теория урегулирования повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу). Прайминг;
  - теория использования и удовлетворения (Д. Бламлер, Э. Кац);
  - теория зависимости (С. Болл-Рокеш, М. де Флер);

- исследования франкфуртской школы: «одномерное сознание» и «одномерный человек» (Хоркхаймер, Маркузе).
- 5. Система СМК: средства массовой информации (СМИ), телекоммуникация, информатика. Структура современной системы СМИ: пресса, аудиовизуальные СМИ, информационные службы. Службы публич-рилейшнз.

#### **Тема 10. Политическая коммуникация как форма социальной коммуникации**

1. Концепции политической власти в социальной мысли:
  - теория естественного права и общественного договора Т. Гоббса и Дж. Локка;
  - теория политического лидерства Н. Макиавелли;
  - концепция власти Ф. Ницше;
  - концепция власти В. Парето;
  - теория власти Б. Рассела;
  - символическая теория власти Т. Парсонса;
  - теория политических психотипов (Е. Вятр).
2. Источники и принципы эффективности власти.
3. Понятие, структура, средства и модели политической коммуникации (модель Ж. Коттрэ, модель вещания, диалоговая модель, консультационная модель, регистрационная модель).
4. Электоральная политическая коммуникация (избирательная кампания и ее типы; электронная демократия).
5. Манипуляция в политической коммуникации:
  - типы манипуляторов;
  - манипулятивные приемы.

#### **Тема 11. PR-деятельность в системе массовых коммуникаций**

1. Понятие и цели PR-коммуникации. Модели PR-коммуникации (Дж. Груниг).
2. PR и реклама: общее и особенное.
3. Формы PR-деятельности.
4. Спин-докторинг.

#### **Тема 12. Межкультурная коммуникация**

1. Понятие межкультурной коммуникации. Исследования межкультурной коммуникации (Э. Холл).
2. Формы межкультурной коммуникации. Аккультурация, ее основные стратегии: ассимиляция, сепарация, маргинализация, интеграция. Факторы аккультурации. Культурная экспансия. Культурная диффузия, ее направления. Культурный конфликт, его виды.
3. Лингвистические аспекты межкультурной коммуникации. Проблема понимания в межкультурном взаимодействии.
4. Исследования невербальных аспектов межкультурной коммуникации. Пространство в межкультурной коммуникации, зоны коммуникации (Э. Холл). Восприятие времени в разных культурах.
5. Типы восприятия межкультурных различий. Эволюция восприятия новой культуры: основные этапы (Н.К. Иконникова).

#### **Тема 13. Средства массовой информации и общество**

1. Роль массовой информации в контексте базовых прав и свобод личности. У. Липпманн и Дж. Дьюи о роли СМИ в демократическом обществе.
2. Концепции свободы СМИ (печати) Дж. Милтона, Дж. Локка. И. Бентама, Дж. Ст. Милля.
3. Публичность, общественность в концепции Ю. Хабермаса.
4. Государство и СМИ: нормативные теории. Модель независимых СМИ (прессы). Модель социальной ответственности. Модель демократического представительства. Авторитарная модель. Модель развития.

5. Законодательные и этические нормы функционирования (регулирующие деятельность) СМИ.

#### **Тема 14. Особенности коммуникативного процесса в молодежной аудитории**

1. Теории молодежи:

- молодежь как носитель психофизических свойств личности;
- молодежь как феномен культуры;
- молодежь как объект и субъект процесса преемственности и смены поколений.

2. Молодежная аудитория в системе коммуникативного пространства. Внутренняя дифференциация молодежной среды и особенности взаимодействия ее сегментов со СМИ (пол, возраст, культурные и политические ориентации).

3. Особенности циркуляции информации в молодежной среде. Мемы как социально-коммуникативный фактор конструирования жизненного пространства молодежи.

4. Молодежь как целевая аудитория PR-кампаний и рекламы.

5. Роль СМИ в социализации молодежной аудитории.

### **Раздел 3**

#### **Тема 15. Социальные проблемы как феномен коммуникации. Особенности отражения социальных проблем в СМК**

1. Понятие социальной проблемы. Объективные и субъективные компоненты социальных проблем. Типология социальных проблем.

2. Направления и школы в объяснении социальных проблем:

– конструктивизм (П. Бергер, Т. Лукман) и исследования роли СМК в освещении социальных проблем: «медиаконтролеры», «установление повестки дня», «производство новостей», «Наркотизирующая дисфункция средств массовой коммуникации», «моральная паника» и др.;

- концепция «публичных арен» С. Хилгартнера и Ч. Боска. Особенности массовой коммуникации как «публичной арены»;

– субъективистский подход: субъективизм, теория ценностного конфликта (Р. Фуллер, Р. Майерс), метод «наклеивания ярлыков» (Г. Беккер, Э. Лемерт);

– функциональная школа в изучении социальных проблем: социальная проблема как дисфункция (Р. Мертон, Р. Нисбет);

– социальная проблема как «социальная дезорганизация» и «социальная патология» (У. Томас, Ф. Знанецкий, Т. Шибутани).

#### **Тема 16. Анализ содержания массовой коммуникации**

1. Проблема доверия / недоверия к СМК в современном российском обществе. Причины доверия / недоверия.

2. Миф и его структура. Типы мифов в СМК.

3. Д. Фиске о тексте медиасообщения. Полисемичность и интертекстуальность сообщений СМК. Открытость и закрытость текста (У. Эко). Кодирование и декодирование (Э. Холл).

4. Джеймс Лалл и этнография аудиторий. Исследования Дэвида Морлея (Бирмингемская школа). Тамар Либс и Элью Кац. Кросс-культурное чтение «Далласа» и его значение для теории СМК. Аннабель Среберни-Мохаммади и зарождение интереса к малым медиа.

5. Методы социологического анализа медиатекстов. Контент-анализ. Event-анализ событий, освещаемых СМИ.

#### **Тема 17. Интернет-коммуникация как способ социализации и самореализации личности**

1. История становления и развития Интернет-коммуникаций.

2. Особенности Интернет как формы массовых коммуникаций.



3. Социальный состав пользователей и лингвистические особенности Интернет - коммуникации. Сетевой сленг в компьютерной культуре (на примере самостоятельного анализа отдельных социальных сетей).
4. Возможности и направления использования Интернет-коммуникаций в решении социальных проблем (самостоятельно выбрать одно из возможных направлений применения Интернет-коммуникаций и охарактеризовать с опорой на статистические данные, например, трудоустройство, предпринимательство и др.)
5. Проблема самопрезентации в Интернет - коммуникации.
6. Особенности межличностного общения в условиях физической непредставленности.
7. Проблема самоидентичности в Интернет - коммуникации: гендер, социальный возраст и статусно-профессиональные характеристики.
8. Интернет-зависимость как социальная проблема (исследования К. Янг).

### **Тема 18. Аудитория как объект массово-коммуникативной деятельности и ее измерение**

1. Понятие и классификация аудитории СМК.
2. История исследования аудитории СМК (Д. Сарнов, Д. Старч, А. Кроссли, Е. Роппер, Дж. Гэллап, Г. Гаррисон, К. Хупер, А. Нильсен, К. Робинсон и др.).
3. Измерение аудитории СМК:
  - измерение аудитории прессы (опросные методы, рейтинги, методика FRY).
  - измерение радио- и телеаудитории (дневниковые панели, пиплметрия).

### **Тема 19. Особенности информационного воздействия в информационном обществе.**

#### **Коммуникативный менеджмент**

1. Информационная политика: понятие, субъекты, эффективность.
2. Информационная безопасность и ее составляющие. Нормативно-правовое обеспечение информационной безопасности.
3. Прикладные модели коммуникации:
  - Религиозная коммуникация.
  - Психоанализ и психотерапия. Нейролингвистическое программирование.
  - Бизнес – коммуникации. Сетевой маркетинг: особенности межличностной и групповой коммуникации.
4. Коммуникативный менеджмент как разновидность управления социальными процессами.

В ходе семинарских занятий одним из основных видов работы является устное обсуждение предложенных к рассмотрению вопросов, организация дискуссий и устных опросов, как индивидуальных, так и групповых.

При **устном индивидуальном** опросе устанавливается непосредственный контакт между преподавателем и студентом, в процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных особенностей усвоения студентами учебного материала. Устный опрос требует от преподавателя предварительной подготовки: отбора содержания, продумывания вопросов, задач и примеров, которые будут предложены, путей активизации деятельности студента в процессе проверки, создания на занятии деловой и продуктивной обстановки.

**Устный групповой** опрос проводится после изучения теоретического материала с целью выяснения наиболее сложных вопросов, степени усвоения учебного материала. Это метод контроля, позволяющий оценить знания как одного студента, так и группы. Содержание вопросов должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать сущность явлений, доказывать, подбирать примеры, делать выводы, демонстрируя междисциплинарные связи. Вопрос задается всей группе, затем необходима небольшая пауза для того, чтобы все студенты приготовились к ответу, а вызывают для ответа конкретного студента. Чтобы группа слушала ответ своего товарища, студентам предлагается оценить полноту и глубину ответа в виде рецензирования, задать вопросы

отвечавшему, либо внести дополнения. Оценить можно не только отвечающего студента, но и тех, кто участвовал в обсуждении. Заключительная часть устного опроса – подробный анализ ответов студентов. Преподаватель отмечает как положительные стороны, так и указывает на недостатки ответа, делает вывод о том, как изложен учебный материал. На усмотрение преподавателя можно провести индивидуальный опрос студента по изученным темам модуля.

Устные ответы в ходе семинарских занятий предполагают также обсуждение ряда **дискуссионных вопросов**, когда требуется не только владение и свободное оперирование научными терминами, но и умение аргументировано высказать свою точку зрения, задать вопросы товарищам.

### ***Типовые вопросы для организации дискуссионного обсуждения***

#### **Тема 1.**

1. Докажите влияние социальной дистанции на характер и эффективность коммуникативного процесса.
2. Охарактеризуйте различия между смысловой и оценочной информацией в коммуникативном процессе.

#### **Тема 3.**

1. Приведите пример использования знаковой функции одежды / жестов как социального кода.
2. Что может выступать в роли социального символа?
3. Какие знаковые оппозиции существуют в современном российском обществе?
4. Какие средства коммуникации – вербальные или невербальные – передают больше информации и почему?
5. Чем можно объяснить активное использование невербальных средств коммуникации в межличностном взаимодействии?
6. Приведите примеры индексальных и неинтенциональных коммуникативных знаков.

#### **Тема 6.**

Приведите примеры **псевдоигр**, в которых Вам довелось участвовать. Докажите, что это псевдоигры.

#### **Тема 7.**

Каковы социально значимые функции межличностной коммуникации?

#### **Тема 8.**

1. Американский исследователь Курт Левин выделил три основных стиля общения – авторитарный, демократический и попустительский (либеральный). Покажите на конкретных примерах, каким образом эти стили влияют на коммуникативное поведение коммуникатора-руководителя и реципиента-подчиненного.
2. На примере какой-либо организации охарактеризуйте ее визуальный имидж.
3. Приведите примеры зонтичных брендов. В какой ситуации лучше использовать тот или иной тип бренда?
4. На примере своей студенческой группы охарактеризуйте сложившийся тип коммуникативной структуры.

#### **Тема 9.**

В чем состоит отличие между средствами массовой коммуникации и средствами массовой информации?

### Тема 10.

К какому политическому психотипу Вы относите себя? Свой ответ аргументируйте.

### Тема 11.

Сделайте сравнительный анализ PR и рекламы по следующим критериям:

- цель; - субъекты и объекты воздействия; - мероприятия и средства воздействия.

### Тема 13.

Можно ли на практике обеспечить «объективность» новостей в каком-нибудь смысле? Если да, в каком и как? Какие меры надо принять?

### Тема 16.

Можно ли считать общественное сознание в современной России мифологизированным? Свой ответ объясните. Можно ли в современном обществе обойтись без мифов?

### Тема 17.

Каковы, на Ваш взгляд, основные проблемы презентации в Интернет-коммуникациях с точки зрения коммуникатора, с точки зрения реципиента?

### Тема 18.

Как соотносятся понятия «целевая аудитория» и «нецелевая аудитория»? Приведите примеры.

### Тема 19.

Докажите / опровергните, что в современном обществе идут информационные войны.

### Критерии оценки за устные ответы в ходе семинарских занятий

для студентов *бакалавриата очной формы обучения*, кто учится с использованием модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- **2 балла** выставляется студенту, если точно используется специализированная терминология, понятия; в ответе отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком. Студент свободно владеет материалом, не привязан к тексту выступления. Такая же оценка выставляется студенту, не являвшемуся основным докладчиком, но активно участвовавшим в процессе обсуждения, неоднократно дополнявшим ответы товарищей.

- **1 балл** выставляется студенту, если имеются затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; студент не владеет свободно материалом, привязан к тексту выступления. Такая же оценка выставляется студенту за единичное развернутое дополнение.

- **0 баллов** выставляется студенту, если не смог ответить на большинство поставленных вопросов по теме; нет понимания вопроса, студент не ориентируется в понятиях. 0 баллов выставляется также, если студент не готов к ответу на вопрос, отказывается отвечать.

Показатель оценки	Распределение баллов
Соответствие содержания сообщения теме, логичность и последовательность в изложении материала, степень обоснованности аргументации (полнота, глубина, корректность), свободное владение материалом	1
Использование современной научной литературы, актуальных статических и социологических данных, использование	1

специализированных терминов, понятий	
ИТОГО	2

для студентов *бакалавриата заочной формы обучения*, кто учится без использования модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- **«отлично»** выставляется студенту, если точно используется специализированная терминология, понятия; в ответе отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком. Студент свободно владеет материалом, не привязан к тексту выступления.

- **«хорошо»** выставляется студенту, если в ответе допущены неточности при освещении основного содержания ответа, неточно используется специализированная терминология, понятия. Вместе с тем студент демонстрирует хорошее владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач. Такая же оценка выставляется студенту, не являвшемуся основным докладчиком, но активно участвовавшим в процессе обсуждения, неоднократно дополнявшим ответы товарищей.

- **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если нет общего (целостного) понимания вопроса, имеются затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; студент не владеет свободно материалом, привязан к тексту выступления.

- **«не удовлетворительно»** выставляется студенту, если не смог ответить на большинство поставленных вопросов по теме; если нет понимания вопроса, студент не ориентируется в понятиях. Выставляется также, если студент не готов к ответу на вопрос, отказывается отвечать.

### Составление и защита словаря терминов

Одной из форм промежуточного контроля в ходе изучения дисциплины является составление и защита словаря по изученным модулям дисциплины.

Данный вид деятельности предполагает прохождение следующих этапов формирования компетенций:

1 – *ознакомительный* (узнавание ранее изученных объектов, свойств): отбор терминов для глоссария, подбор источников и литературы, логический анализ основных понятий.

2 – *репродуктивный* (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством): определение цели и задач работы, составление плана работы, формирование ее содержания.

Примерные критерии оценивания: данный вид работы предполагает получение комплексной оценки, которая образуется в результате суммирования баллов за составление глоссария и его защиту.

#### Критерии оценки (в баллах):

##### *за составление словаря терминов:*

- **2 балла** выставляется студенту, если глоссарий четко соответствует предмету дисциплины, изученным в течение семестра модулям дисциплины; не нарушены принципы системности, классификации при раскрытии понятий; определения составлены грамотно, изложение логично; количество терминов соответствует заданным параметрам.

- **1 балл** выставляется студенту при наличии ряда недочетов: если глоссарий не вполне соответствует предмету дисциплины; если содержатся несоответствия изученным в течение семестра модулям дисциплины; если количество терминов не соответствует заданным параметрам; если нарушена логика в процессе определения: принципы системности, классификации при раскрытии понятий («размытые» определения).

- **0 баллов** выставляется студенту, если глоссарий не представлен на проверку.

Показатель оценки	Распределение баллов
Соответствие содержания предмету дисциплины, анализ современной научной литературы	1
Логичность, полнота, ясность в процессе формулирования определений	1
<b>ИТОГО</b>	<b>2</b>

**за защиту словаря терминов:**

- **2 балла** выставляется студенту, если точно используется специализированная терминология, понятия; ответы изложены литературным грамотным языком. Студент свободно владеет материалом, способен приводить примеры.

- **1 балл** выставляется студенту, если имеются затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; студент не владеет свободно материалом, не способен приводить примеры.

- **0 баллов** выставляется студенту, если нет понимания вопросов, студент не ориентируется в понятиях. 0 баллов выставляется также, если студент не готов отвечать на вопросы, отказывается отвечать.

Показатель оценки	Распределение баллов
Грамотное, точное использование специализированных терминов, понятий	1
Логичность и последовательность в изложении материала, свободное владение материалом, умение приводить примеры	1
<b>ИТОГО</b>	<b>2</b>

**Типовые тесты для текущего контроля и промежуточной аттестации**

В ходе реализации образовательного процесса используется метод тестирования как форма текущего контроля. Тест является формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом и конкретными знаниями в области изучаемой дисциплины. Тест состоит из небольшого количества стандартизированных заданий; может предоставлять возможность выбора из перечня ответов либо другую форму (сопоставление, ранжирование, заполнение пробела, согласие – несогласие и др.).

**Примерные тестовые задания для текущего контроля и промежуточной аттестации**

**1. Автор идеи символических посредников в коммуникации, обеспечивающих единство общества как системы это...**

- А) Дж. Мид;
- Б) К. Ховланд;
- В) И. Гоффман;
- Г) Т. Парсонс.

**2. Стадии формирования этнорелятивных установок в процессе социокультурной коммуникации (отрицание, защита, минимизация, принятие и т.д.) выделял:**

- А) М. Беннетт;
- Б) Р. Барт;
- В) К. Гиртц;
- Г) Дж. Берри.

**3. «Общество осуществляет самореференцию посредством коммуникации». Данная идея принадлежит...**

- А) Г. Маркузе;

- Б) Н. Луману;
- В) М. Кастельсу;
- Г) Т. Парсонсу.

**4. Когнитивные, установочные, поведенческие эффекты СМИ были выделены:**

- А) Дж. Гэллапом;
- Б) Р. Харрисом;
- В) Н. Смелзером;
- Г) Д. Старчем.

**5. Технология субъект-объектного воздействия, предполагающая сокрытие целей коммуникатора и подмену целей коммуниканта целями коммуникатора – это:**

- А) директива;
- Б) манипуляция;
- В) толерантность;
- Г) диалог.

**6. Идеи формирования «одномерного сознания» и «одномерного человека» в условиях массовой культуры развиваются в рамках:**

- А) семиотического подхода;
- Б) бихевиоризма;
- В) критической теории общества;
- Г) нет правильного ответа.

**7. Концепция «третьей волны» была разработана:**

- А) М. Маклюэном;
- Б) Э. Тоффлером;
- В) Ж. Бодрийяром;
- Г) нет правильного ответа.

Изучение каждого раздела дисциплины завершается рубежным контролем, включающим в том числе **тестирование**.

**Критерии оценки (в баллах)** для студентов *бакалавриата очной формы обучения*, кто учится с использованием модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- **5 баллов** выставляется студенту, если число правильных ответов составляет от 81 до 100 %, соответствуя повышенному (продвинутому) уровню сформированности компетенции.
- **4 балла** выставляется студенту, если число правильных ответов составляет от 60 до 80 %, соответствуя базовому уровню сформированности компетенции.
- **3 балла** выставляется студенту, если число правильных ответов составляет от 45 до 59%, соответствуя начальному (пороговому) уровню сформированности компетенции.
- **0 баллов** выставляется студенту, если число правильных ответов менее 45%.

для студентов *бакалавриата заочной формы обучения*, кто учится без использования модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- **«отлично»** выставляется студенту, если число правильных ответов составляет от 81 до 100 %, соответствуя повышенному (продвинутому) уровню сформированности компетенции.
- **«хорошо»** выставляется студенту, если число правильных ответов составляет от 60 до 80 %, соответствуя базовому уровню сформированности компетенции.
- **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если число правильных ответов составляет от 45 до 59%, соответствуя начальному (пороговому) уровню сформированности компетенции.
- **«не удовлетворительно»** выставляется студенту, если число правильных ответов менее 45%.

## **Практические задания**

**Практические задания** являются неотъемлемым элементом образовательной подготовки по дисциплине «Практикум по социологии коммуникации». Ключевая цель этих заданий – формирование компетенций – способности и готовности студента применять полученные теоретические знания, практические умения и навыки в стандартных и изменяющихся ситуациях профессиональной деятельности. Задания могут выполняться в аудитории, будучи элементом текущего контроля знаний, или поручаться в качестве домашнего задания (в рамках изучения определенной темы). Студентам рекомендуется при подготовке:

- изучить основную и дополнительную литературу по предлагаемым вопросам, уметь пользоваться информационными и справочными источниками;
- творчески осмыслить предложенные задания, применяя междисциплинарные связи.

### ***Типовые практические задания базового уровня***

#### **Тема 2.**

1. Докажите, что театр / кино (на выбор) является формой коммуникации. К какому (каким) видам коммуникации их можно отнести? Какие функции коммуникации в этом случае реализуются?
2. Сделайте сравнительный анализ естественных и искусственных коммуникативных систем по следующим параметрам: - примеры, - причины возникновения, сфера (область) применения, функции.

#### **Тема 3.**

1. Раскройте специфику невербального поведения представителей разных культур. Покажите, что значение многих невербальных знаков интерпретируется по-разному в различных странах мира.
2. Способность человека к невербальной коммуникации является врожденной или приобретенной? Обоснуйте свою точку зрения.

#### **Тема 4.**

1. Подберите из художественной литературы примеры речевого этикета в той или иной коммуникативной ситуации (не менее 4 примеров).
2. К каким формам существования языка относятся:
  - вологодское оканье;
  - использование таких слов как «диван», «айда» в русском языке;
  - интернет-сленг;
  - предпочтение французского языка среди российского дворянства до начала 20 века.

#### **Тема 6.**

1. Перечислите известные Вам типы вопросов, применяемых в диалоге, приведите соответствующие примеры. Приведите примеры некорректных приемов аргументации.
2. Вам необходимо представить образец публичной речи. Предложите сферу, для которой Вы составите речь. Составьте текст своего выступления.

#### **Тема 8.**

1. Опишите плюсы и минусы **централизованной** коммуникативной структуры малой группы. Приведите примеры подобных структур.

#### **Тема 9.**

1. Приведите примеры реализации функций СМИ с точки зрения теории культивирования.

#### **Тема 16.**

1. Составьте текст, используя и обозначив приемы его закрытия.

#### **Тема 17.**

1. Как распознать интернет-зависимость? Каковы, на Ваш взгляд, социальные причины возникновения интернет-зависимости?

#### **Тема 19.**

1. Приведите примеры рефрейминга содержания и рефрейминга контекста информационного сообщения.

### *Типовые практические задания повышенного уровня*

#### **Тема 1.**

1. Сделайте сравнительный анализ технократического и интеракционистского подхода к анализу коммуникаций:

- представители;
- основная проблематика;
- социальные проблемы.

#### **Тема 2.**

1. Сравните потенциал театра, кино и телевидения с точки зрения объема аудитории и возможностей для «обратной связи». Почему люди до сих пор ходят в театр, если проще и дешевле смотреть телевизор? Почему люди ходят в кинотеатры, если едва ли не любой фильм можно найти в интернете? В чем с точки зрения обратной связи достоинства и недостатки Интернета?

#### **Тема 3.**

1. Существует ли «язык цветов» в современной русской культуре? Попробуйте «составить букет», учитывая следующие параметры: социальный статус, биологический пол, возраст, характер межличностных отношений.

#### **Тема 4.**

1. Рассмотрите особенности терминологии одной из социологических дисциплин и обозначьте сферу ее применения.

#### **Тема 5.**

1. Как формируется вторичная коммуникативная личность? Оказывает ли на Вас влияние культура народа, чей язык вы изучаете или изучали? Что такое языковая экспансия? Какое влияние личность оказывает экспансия английского языка и культуры в мире? Это отрицательное или положительное влияние? Подтвердите ответ конкретными примерами.

#### **Тема 8.**

1. Составьте модель коммуникационного процесса между преподавателем и студентом, опишите коммуникативные барьеры и предложите способы повышения эффективности коммуникации.

#### **Тема 9.**

1. Перечислите основные теории и модели массовой коммуникации. Укажите их преимущества и недостатки.

#### **Тема 10.**



1. Коммуникативные процессы никогда не остаются без тех или иных методов управления ими. Роль управления особенно возрастает в кризисные периоды, в качестве таковых можно трактовать и избирательные процессы. Это связано с тем, что в подобный период вновь резко возрастает значимость массового сознания из-за последующего голосования. Если мы посмотрим на коммуникативные потоки с точки зрения управления ими, то можем выделить ряд принципиально отличных задач, разделенных условно на два класса: на управление содержанием и управление формой. Рассмотрите их элементы, проиллюстрируйте некоторые из них примерами из СМК.

2. Вы – кандидат в депутаты парламента:

- Опишите Вашу избирательную кампанию с точки зрения организационно-партийной модели.

- Приведите примеры использования вами следующих манипулятивных приемов: тоталитаризм решения, прикрытие авторитетом.

- Приведите примеры эгоцентрических инструментальных мотивов власти.

### Тема 11.

Приведите пример реализации PR-кампании, обосновав:

- выбор модели PR-практики;

- состав «открытой» и «закрытой» общественности;

- состав PR-мероприятий;

- условия применения и тип спин-докторинга.

### Тема 16.

1. На выбор предложите какую-нибудь социальную проблему:

- определите ее тип;

- опишите ее с позиций функционализма и конструктивизма;

- на каких «публичных аренах» Вы считаете наиболее эффективным обсуждение данной проблемы? Свой ответ обоснуйте.

### Тема 18.

Составьте мини-анкету по исследованию аудитории СМИ с указанием основных параметров / целей исследования

**Критерии оценки (в баллах)** для студентов *бакалавриата очной формы обучения*, кто учится с использованием модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- **2 балла** выставляется студенту, если точно используется специализированная терминология, понятия; в задании отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности.

- **1 балл** выставляется студенту, если при выполнении задания допущены неточности при освещении основного содержания, неточно используется специализированная терминология, понятия. Выставляется также, если освещены отдельные аспекты задания. Студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках учебного материала.

- **0 баллов** выставляется студенту, если нет понимания задания, содержание работы не соответствует заданию. 0 баллов выставляется также, если студент не выполнил задание.

Критерии оценки заданий базового уровня	
Показатель оценки	Распределение баллов
Способность к поиску и систематизации информации	1
Логичность и последовательность в изложении материала, свободное	1

владение материалом, умение приводить примеры	
<b>ИТОГО</b>	<b>2</b>

Критерии оценки заданий повышенного уровня	
Показатель оценки	Распределение баллов
Способность к поиску и систематизации информации, логичность и последовательность в изложении материала	1
Наличие обоснованных выводов на основе интерпретации информации, установление причинно-следственных связей, выявление закономерностей, умение приводить примеры	1
<b>ИТОГО</b>	<b>2</b>

для студентов *бакалавриата заочной формы обучения*, кто учится без использования модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- **«отлично»** выставляется студенту, если точно используется специализированная терминология, понятия; в задании отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности.

- **«хорошо»** выставляется студенту, если при выполнении задания допущены неточности при освещении основного содержания, неточно используется специализированная терминология, понятия. Вместе с тем студент демонстрирует хорошее владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач.

- **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если при выполнении задания допущены неточности при освещении основного содержания, неточно используется специализированная терминология, понятия. Выставляется также, если освещены отдельные аспекты задания. Студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках учебного материала.

- **«не удовлетворительно»** выставляется студенту, если нет понимания задания, содержание работы не соответствует заданию. Выставляется также, если студент не выполнил задание.

### Эссе

Эссе – это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Эссе позволяет научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы; овладеть научным стилем речи.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. При этом формы эссе могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации, подбор и детальный анализ примеров, иллюстрирующих проблему и т.д.

Структура эссе должна включать:

- введение;
- основная часть (аргументированное раскрытие темы на основе собранного материала);
- заключение (обобщения и выводы).

Основные требования к написанию эссе.

- Обозначение круга понятий и теорий, необходимых для ответа на вопрос.
- Понимание и правильное использование терминов и понятий.
- Использование основных категорий анализа.
- Выделение причинно-следственных связей.
- Применение аппарата сравнительных характеристик.
- Аргументация основных положений эссе.
- Наличие промежуточных и конечных выводов.
- Личная субъективная оценка по данной проблеме.

### *Типовые темы для эссе*

1. Религиозная коммуникация.
2. Особенности бизнес - коммуникаций.
3. Сетевой маркетинг: особенности межличностной и групповой коммуникации.
4. Имидж в массовой культуре.
5. Образование как институт коммуникации.
6. Роль источников в производстве новостей.
7. Сетевые киберсообщества.
8. Гипертекст как особая форма коммуникации.
9. Игра как творческое коммуникативное действие.
10. Невербальные коммуникации в управленческой деятельности.

**Критерии оценки (в баллах)** для студентов *бакалавриата очной формы обучения*, кто учится с использованием модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- **2 балла** выставляется студенту, если текст работы логически выстроен и точно изложен, ясен весь ход рассуждения. Тема раскрывается с опорой на соответствующие понятия, содержит теоретические положения и выводы. Аргументы и фактические примеры почерпнуты из различных источников: используются сообщения СМИ, статические данные, теоретические материалы, факты личного социального опыта и собственные наблюдения (приведено не менее двух примеров из разных источников).

- **1 балл** выставляется студенту, если тема раскрыта не полностью, допущены ошибки, например: приводятся отдельные относящиеся к теме, но не всегда связанные между собой и другими компонентами аргументации понятия или положения. Собственная точка зрения на изучаемую проблему не достаточно аргументирована и / или аргументация осуществляется с опорой только на один источник информации.

- **0 баллов** выставляется студенту, если аргументация слабая (смысл ключевых понятий не объяснён или используются понятия, положения и выводы, не связанные непосредственно с раскрываемой темой; приведённые факты не соответствуют обосновываемому тезису. Выставляется также, если работа не выполнена.

Показатель оценки	Распределение баллов
Соответствие содержания эссе теме, понимание и правильное использование специализированных терминов, понятий	1
Логичность и последовательность в изложении материала, степень обоснованности аргументации (полнота, глубина, корректность), свободное владение материалом, наличие промежуточных и конечных выводов	1
<b>ИТОГО</b>	<b>2</b>

для студентов *бакалавриата заочной формы обучения*, кто учится без использования модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- **«отлично»** выставляется студенту, если текст работы логически выстроен и точно изложен, ясен весь ход рассуждения. Тема раскрывается с опорой на соответствующие понятия, содержит теоретические положения и выводы. Аргументы и фактические примеры почерпнуты из различных источников: используются сообщения СМИ, статические данные, теоретические материалы, факты личного социального опыта и собственные наблюдения (приведено не менее двух примеров из разных источников).

- **«хорошо»** выставляется студенту, если тема раскрыта, но допущены отдельные ошибки, например: приводятся отдельные относящиеся к теме, но не всегда связанные между собой и другими компонентами аргументации понятия или положения; аргументация осуществляется с опорой только на один источник информации.

- **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если тема раскрыта не полностью, собственная точка зрения на изучаемую проблему не достаточно аргументирована. Аргументация на теоретическом уровне слабая (смысл ключевых понятий не объяснён или используются понятия, положения и выводы, не связанные непосредственно с раскрываемой темой; приведённые факты не всегда соответствуют обосновываемому тезису).

- **«не удовлетворительно»** выставляется студенту, если тема не раскрыта; теоретическая аргументация отсутствует; фактическая информация отсутствует либо нарушены принципы демонстрации (формы связи тезиса и аргументов). Выставляется также студенту, который не выполнил работу.

#### **Задания в форме подготовки и защиты мультимедийной презентации проекта**

В ходе изучения дисциплины предусмотрена подготовка и презентация студенческих проектов.

Студент выступает с докладом публично в аудитории с подготовленной дома презентацией в пакете Power Point, демонстрируя умение работать с мультимедиа. В среднем количество слайдов в презентации составляет 11-15.

В презентации выделяют два блока: оформление слайдов и представление информации на них (табл.). Для создания качественной презентации необходимо соблюдать ряд требований, предъявляемых к оформлению данных блоков.

#### Оформление слайдов презентации

<i>Характеристика</i>	<i>Требования</i>
Стиль	<ul style="list-style-type: none"> <li>- соблюдайте единый стиль оформления;</li> <li>- избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации;</li> <li>- вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текстом, иллюстрациями)</li> </ul>
Фон	для фона предпочтительны холодные тона
Использование цвета	<ul style="list-style-type: none"> <li>- на одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовка, один для текста;</li> <li>- для фона и текста используйте контрастные цвета;</li> <li>- обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования)</li> </ul>
Анимационные эффекты	<ul style="list-style-type: none"> <li>- используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде;</li> <li>- не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде</li> </ul>
Содержание информации	<ul style="list-style-type: none"> <li>- используйте короткие слова и предложения;</li> <li>- минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных;</li> <li>- заголовки должны привлекать внимание аудитории</li> </ul>
Расположение информации на странице	<ul style="list-style-type: none"> <li>- предпочтительно горизонтальное расположение информации;</li> <li>- наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана;</li> <li>- если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться</li> </ul>

	под ней
Шрифты	<ul style="list-style-type: none"> <li>- для заголовков – не менее 24;</li> <li>- для информации – не менее 18;</li> <li>- шрифты без засечек легче читать с большого расстояния. (<i>sans-serif, Arial, Verdana, Tahoma</i>);</li> <li>- нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации;</li> <li>- для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание;</li> <li>- нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных)</li> </ul>
Способы выделения информации	<p>Следует использовать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рамки, границы, заливку;</li> <li>- штриховку, стрелки;</li> <li>- рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов</li> </ul>
Объем информации	<ul style="list-style-type: none"> <li>- не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений;</li> <li>- наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде</li> </ul>
Виды слайдов	<p>для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- с текстом;</li> <li>- с таблицами;</li> <li>- с диаграммами</li> </ul>

### **Типовые задания**

#### **Тема 2.**

1. Подготовьте сообщение и презентацию об одном из искусственных языков (волапюк, эсперанто, соль-ре-соль и т.д.) по следующей схеме: история создания, структура, функции, степень жизнеспособности (количество говорящих на языке, какую роль играл в момент возникновения, продолжает ли использоваться в современный период).

2. *Подготовьте сообщение и презентацию по одной из предложенных тем:*

1. Детектив как коммуникация.
2. «Мыльная опера» как коммуникация.
3. Женский роман как коммуникация.
4. Военная песня как коммуникация.
5. Анекдот как коммуникация.
6. Современная поп- (рок-)песня как коммуникация.
7. Телевизионные новости как коммуникация.
8. Театр как коммуникация.

#### **Тема 8.**

Используя 8-компонентную модель имиджа, охарактеризуйте имидж БашГУ (с презентацией).

#### **Тема 9.**

В течение недели посмотрите (на выбор):

- серию какого-либо популярного российского сериала и какого-либо российского шоу;
- серию / выпуск российского сериала / шоу и для сравнения серию / выпуск импортного сериала / шоу.

Задания: Опишите, какова структура персонажей / ролей и сюжетов данных медиа-продуктов?

Какие из них позитивно, а какие негативно отмечены и какие ценности декларируются через них?

Ваши выводы по результатам анализа.

### Тема 16.

Проведите коммуникативный анализ записей новостей разных теле- и радиокompаний, интернет-сообщений. Каким образом одно и то же событие интерпретируется разными СМК, какие средства коммуникационного воздействия используются? Присутствуют ли элементы пропаганды? Если да, то какой? (Анализируемое событие определяется студентом самостоятельно).

**Критерии оценки (в баллах)** для студентов *бакалавриата очной формы обучения*, кто учится с использованием модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- **5 баллов** выставляется студенту, если содержание работы связано с темой исследования, четко обозначены цель, задачи, предмет, объект, приведены аргументированные примеры, автор обоснованно выражает свое мнение по поводу основных аспектов работы, умеет работать с информационными источниками, проект оформлен в Power Point, содержит графики, таблицы, схемы, диаграммы, иллюстрации, анимации, музыкальное сопровождение и видео-изображение, работа сдана в срок, студент может грамотно доложить о результатах исследования и ответить на вопросы.

- **4 балла** выставляется студенту, чья работа выполнена хорошо, но содержит незначительные недоработки либо не вовремя сдана.

- **3 балла** выставляется студенту, если работа не была сдана и защищена в срок;

- **2 балла** выставляется студенту, если расплывчато сформулирована цель, задачи, автор не во всех случаях способен обосновать свое мнение по поводу основных аспектов работы.

- **0 баллов** выставляется студенту, если работа не была сдана и защищена в срок; студент демонстрирует слабые навыки работы с информационными источниками и мультимедиа, не может грамотно доложить о результатах исследования и ответить на вопросы.

Показатель оценки	Распределение баллов
Соответствие содержания задания теме, поставленным цели и задачам	1
Логичность и последовательность в изложении материала, степень обоснованности аргументации	1
Самостоятельность изучения и анализа материала	1
Культура изложения материала (научный стиль, грамотность автора)	1
Культура оформления материалов задания (соответствие работы всем стандартным требованиям)	1
<b>ИТОГО</b>	<b>5</b>

для студентов *бакалавриата заочной формы обучения*, кто учится без использования модульно-рейтинговой системы обучения и оценки успеваемости:

- **«отлично»** выставляется студенту, если содержание работы связано с темой исследования, четко обозначены цель, задачи, предмет, объект, приведены аргументированные примеры, автор обоснованно выражает свое мнение по поводу основных аспектов работы, умеет работать с информационными источниками, проект оформлен в Power Point, содержит графики, таблицы, схемы, диаграммы, иллюстрации, анимации,

музыкальное сопровождение и видео-изображение, работа сдана в срок, студент может грамотно доложить о результатах исследования и ответить на вопросы.

- **«хорошо»** выставляется студенту, чья работа выполнена хорошо, но содержит незначительные недоработки либо не вовремя сдана.

- **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если работа не была сдана и защищена в срок; расплывчато сформулирована цель, задачи, автор не во всех случаях способен обосновать свое мнение по поводу основных аспектов работы.

- **«не удовлетворительно»** выставляется студенту, если работа не была сдана и защищена в срок; студент демонстрирует слабые навыки работы с информационными источниками и мультимедиа, не может грамотно доложить о результатах исследования и ответить на вопросы.

### **Типовые задания для контрольной работы (ОЗО)**

Контрольная работа является обязательным видом учебной работой студентов заочного отделения по изучению дисциплины.

**На заочном отделении** студенты выполняют две контрольные работы в 9 и 10 семестрах, по одной в каждом семестре.

Контрольная работа представляет собой письменную работу на выбранную тему из списка, предложенного преподавателем. Она состоит из титульного листа, плана (содержание), введения, основной части, заключения и списка использованной литературы и источников. В основной части раскрывается основное содержание вопросов темы. В контрольной работе могут быть приложения. Список использованной литературы и источников должен включать работы по выбранной теме (учебники, учебные пособия, научные публикации – монографии и статьи). Список оформляется в соответствии с имеющимися правилами библиографического описания источника, с указанием автора(ов), названия работы, места и года ее издания, а для статей – названия, номера журнала, в котором она опубликована. Объем контрольной работы составляет 15-20 страниц печатного текста.

Цель контрольной работы – расширить, систематизировать и закрепить знания студентов, полученные при изучении курса, а главное - выявить их способность делать выводы, высказывать собственное мнение при анализе социальных проблем.

### ***Примерная тематика контрольных работ в 9 семестре***

1. Парадигма эффектов медиа в исследованиях Колумбийской школы.
2. Юрген Хабермас и концепция «публичной сферы».
3. Современные социологические концепции массовой коммуникации.
4. Информационное общество как социальная парадигма.
5. Технологический детерминизм Гарольда Инниса и Маршалла Маклюэна.
6. Теории «информационной экономики будущего».
7. Сетевое информационное общество М. Кастельса.
8. «Культурные исследования» как направления исследования массовых коммуникаций (Д. Лалл, Д. Морлей, Т. Либс, Э. Кац, А. Среберни-Мохаммади).
9. Концепция культурной индустрии Т. Адорно и М. Хоркхаймера.
10. Мифы в системе коммуникации. Ролан Барт и семиотический анализ продуктов коммуникации.
11. Социокультурная коммуникация: социологический анализ.
12. Анализ межкультурных взаимодействий в концепции Ю.М. Лотмана.
13. Теория технической рациональности и одномерного человека в исследованиях Г. Маркузе.
14. Лингвистическая теория массовой коммуникации.
15. Социальные ритуалы как коммуникативный феномен в работах И. Гофмана.
16. Чикагская школа и исследования урбанизированной коммуникации.

17. Теория структуризации Э. Гидденса.

***Примерная тематика контрольных работ в 10 семестре***

1. Мимика и жесты в педагогической деятельности.
2. Роль невербальных средств в формировании имиджа.
3. Использование невербальных средств в деловых переговорах.
4. Невербальные коммуникации в управленческой деятельности.
5. Искусство самопрезентации.
6. Коммуникативная компетентность личности (понятие, источники формирования, назначение).
7. Коммуникативный стиль: понятие, типология.
8. Типы коммуникативной личности.
9. Коммуникативная культура.
10. Гендерный аспект рекламной коммуникации.
11. Межличностная коммуникация в ситуации стресса.
12. Эффекты межличностного восприятия.
13. Слушание: условия эффективности.
14. Управление чувствами и эмоциями в межличностном взаимодействии.
15. Техника манипулирования в межличностном общении.
16. Проблемы межгруппового взаимодействия.
17. Этика межличностных отношений в коллективе.
18. Управление конфликтами в группе.
19. Семья как коммуникативная система.
20. Установление контакта в массовой коммуникации.
21. Этические аспекты языка массовой коммуникации.
22. Ценность рекламных сообщений в СМИ.
23. Проблема взаимодействия СМИ, рекламы и PR.
25. Особенности Интернет-коммуникации.
26. Культура как семиотическая система.
27. Национальная культура сквозь призму языка.
28. Язык как отражение культуры.
29. Языковая политика.
30. Народная сказка как отражение национального менталитета.
31. Культурно-обусловленные ритуалы общения.
32. Улыбка в межкультурном взаимодействии.
33. Юмор в межкультурном общении.
34. Женские образы в культурах мира.
35. Субкультура молодежи: языковой аспект.
36. Пространственно-временные характеристики в межкультурном общении.
37. Позитивные и негативные аспекты взаимодействия культур.
38. Последствия культурной экспансии.
39. Проблемы адаптации к новой культурной среде.

**Критерии оценки:**

Контрольные работы студентов заочного отделения оцениваются по шкале «зачтено / не зачтено».

Оценка «зачтено» выставляется, если избранная тема контрольной полностью раскрыта; среди использованных публикаций - учебники, учебные пособия, монографии и статьи, рекомендованные в РПД; имеются ссылки на использованные публикации; объем не превышает рекомендованного. Оценка «зачтено» также выставляется, если избранная тема контрольной работы раскрыта с незначительными пробелами. Есть незначительные недочеты в оформлении работы.



Оценка «не зачтено» выставляется, если избранная тема контрольной работы раскрыта не полностью, с существенными пробелами, ряд аспектов не освещен. Почти нет ссылок на использованную литературу и источники. Нарушена структура работы (например, нет плана, нет списка использованной литературы и источников). Оценка «не зачтено» также выставляется, если избранная тема контрольной работы не раскрыта или содержание не соответствует теме. Нет ссылок на использованную литературу и источники.

Показатель оценки	Распределение
Соответствие содержания контрольной работы теме, поставленным цели и задачам	1
Логичность и последовательность в изложении материала, степень обоснованности аргументации (полнота, глубина, корректность аргументации, наличие примеров, способность делать выводы и обобщения)	1
Самостоятельность изучения и анализа материала	1
Культура изложения материала (научный стиль, грамотность автора)	1
Культура оформления материалов задания (соответствие работы всем стандартным требованиям)	1
<b>ИТОГО</b>	<b>5</b>

4-5 баллов за выполнение контрольной работы – «зачтено»

0-3 балла – «не зачтено»

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

#### Основная литература:

1. Социология [Электронный ресурс]: учебник / Под ред. В.К. Батурина. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 487 с.
2. Шарков Ф. И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / Ф.И. Шарков; Международная акад. бизнеса и управления; Ин-т современных коммуникационных систем и технологий. - М.: Дашков и К, 2012. - 320 с. - Доступ через ЭБС «Университетская библиотека online». – ISBN 978-5-394-00590-9. - URL:<http://www.biblioclub.ru/book/83431/>.
3. Шарков Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс] /Ф.И. Шарков: учеб. пособие - Москва: Дашков и Ко, 2016 - 407 с.

#### Дополнительная литература:

1. Адамьянц Т.З. Социальные коммуникации / Т.З.Адамьянц. – М.: Дрофа, 2011. – 206 с. – Доступ через ЭБС «Университетская библиотека online». – ISBN 978-5-358-05970-2. - URL:<http://www.biblioclub.ru/book/53791/>.
2. Баранова Е.В. Социология массовой коммуникации / Е.В. Баранова [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — Минск: "Вышэйшая школа", 2012. — 174 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/65322>.
3. Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний / Г. Бехманн. – М.: Логос, 2010. – 248 с. // [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=84924](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=84924)
4. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального / Ж. Бодрийяр. – М.: Директ-Медиа, 2009. – 115 с. // [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=41222](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=41222)
5. Волков Ю.Г. Социальная имитация: опыт анализа символической социальной реальности: монография. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. – 112 с. // [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=462054](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=462054)
6. Докель М.К. Отражение ценностных ориентиров в текстах современных СМИ / М.К. Докель. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 124 с. // [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=88264](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=88264)
7. Докторов Б.З. Первопроходцы мира мнений: от Гэллага до Грушина / Б.З. Докторов. – М.: Директ-Медиа, 2013. – 237 с. // [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=210884](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=210884)
8. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник / О.В. Епархина. – М.: Академия, 2013. - 240 с.
9. Западная социология: современные парадигмы: антология [Электронный ресурс]: ант. — Электрон. дан. — Минск: 2015. — 573 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/90357>.
10. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс]: учебник / А.Г. Киселёв. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 431 с.
11. Курсков Д.Ю. Социология. Практикум / Д.Ю. Курсков [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студ. вузов. – М.: Юнити-Дана: Закон и право, 2016. - 153 с.
12. Ледяев В.Г. Социология власти. Теория и опыт эмпирического исследования власти в городских сообществах / В.Г. Ледяев [Электронный ресурс]: монография — Электрон. дан. — М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2012. — 472 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/66034>.
13. Маккей Ч. Наиболее распространенные заблуждения и безумства толпы / Ч. Маккей. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 684 с. // [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=468419](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=468419)

14. Назарчук А.В. Учение Никласа Лумана о коммуникации / А.В. Назарчук. – М.: Весь Мир, 2012. – 248 с. // [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=229827](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=229827)
15. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. Учебное пособие. – М.: Логос, 2008. – 114 с. - Доступ через ЭБС «Университетская библиотека online». – ISBN 978-5-98704-127-9. - URL:<http://www.biblioclub.ru/book/84788/>.
16. Попов О.А. Журналистская картина мира и внутренний мир аудитории: противоречия и взаимодействие / О.А. Попов. – М.: Лаборатория книги, 2012. – 111 с. // [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=140049](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=140049)
17. Романов А.А. Массовые коммуникации: учеб. пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник, 2012. - 236 с.
18. Плютто П.А. Исследование реальности социокультурного виртуального: опыт анализа социокультурных иллюзий / П.А. Плютто. – М.: Прогресс-Традиция, 2014. – 369 с. // [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=444956](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=444956)
19. Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности: Учебник [Электронный ресурс]: учеб. — Электрон. дан. — М.: МГУ имени М.В.Ломоносова, 2014. — 456 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/99333>.
20. Фомичева И.Д. Социология СМИ. Учебное пособие / И.Д. Фомичева. – М.: АспектПресс, 2012. – 359 с. - Доступ через ЭБС «Университетская библиотека online». – ISBN 978-5-7567-0646-8. - URL:<http://www.biblioclub.ru/book/104043/>.
21. Шарков Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе. Учебник / Ф.И. Шарков. - Доступ через ЭБС «Университетская библиотека online». – ISBN 978-5-394-01614-1. - URL:<http://www.biblioclub.ru/book/83518/>.
22. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование. Учебник для бакалавров [Электронный ресурс] / Ф.И. Шарков; В.Н. Бузин. – М.: Дашков и Ко, 2017. - 486 с.
23. Шипилов А.В. «Свои», «чужие» и другие / А.В. Шипилов. – М.: Прогресс-Традиция, 2008. – 568 с. // [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=44375](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=44375)

## **5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины**

1. [Вестники Московского государственного университета](http://online.ebiblioteka.ru/) // <http://online.ebiblioteka.ru/> (серия «Философия и социология»)
2. Образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» [www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru)
3. Центр социологического образования <http://www.sociology.ru/>
4. Библиотека социолога <http://sociology.extrim.ru/bibl.htm>
5. Социологические журналы в Web <http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm>
6. Российские социологические журналы <http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm>
7. Журнал «Социологические исследования» <http://www.nir.ru/socio/scipubl/socis.htm>
8. Электронная библиотека социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова <http://lib.socio.msu.ru/l/library>
9. Электронный ресурс социологического факультета Санкт-Петербургского государственного университета [www.soc.pu.ru](http://www.soc.pu.ru)
10. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - <https://biblioclub.ru/>
11. Электронная библиотечная система издательства «Лань» - <https://e.lanbook.com/>
12. Электронный каталог Библиотеки БашГУ - <http://www.bashlib.ru/catalogi/>
13. Электронный ресурс – <http://www.elibrary.ru>
14. Электронный ресурс – <http://www.bashlib.ru/>
15. Электронно-библиотечная система «Электронный читальный зал», договор с ООО «Библиотех».
16. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» - <https://elib.bashedu.ru/>

17. Научная электронная библиотека - eLibrary.ru (доступ к электронным научным журналам) - [https://elibrary.ru/projects/subscription/rus\\_titles\\_open.asp](https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp)

**Программное обеспечение:**

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор № 104 от 17.06.2013 г.)
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор № 114 от 12.11.2014 г.)

**6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

<i>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</i>	<i>Вид занятий</i>	<i>Наименование оборудования, программного обеспечения</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Аудитория № 310 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)	Семинарские (практические) занятия	Учебная мебель, доска
Аудитория № 312 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)		Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183
Аудитория № 310 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)	Групповые и индивидуальные консультации	Учебная мебель, доска
Аудитория № 312 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)		Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183
Аудитория № 310 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Учебная мебель, доска
Аудитория № 312 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)		Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183
Аудитория № 419 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)		Учебная мебель, шкафы, моноблоки Моноблок LenovoThinkCentreAll-in-One 2048MB 320GB (15 шт.)
Читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)	Самостоятельная работа обучающихся	Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер KyoceraM130 – 1 шт., сканер EpsonV33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, МоноблокIRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины **Практикум по социологии коммуникации** на **6-7-8** семестры  
(наименование дисциплины)

**очная**

форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины	6 семестр	7 семестр	8 семестр
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	5 ЗЕТ / 180 час			
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	86.6	34.2	34.2	18.2
лекций				
практических/ семинарских	86	34	34	18
лабораторных				
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0.6	0.2	0.2	0.2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	93.4	37.8	37.8	17.8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	-	-	-	-

Форма(ы) контроля:  
зачет **6,7,8** семестры

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Раздел 1</b>								
1.	Предметная область и ключевые понятия социологии коммуникации. Основные теоретические подходы к изучению социальной коммуникации	-	8	-	7	Осн. 1,2,3 Доп. 2,3,4,5,9,14,17,18,23	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий, составление словаря	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий, проверка и защита словаря (в конце семестра)
2.	Системность коммуникации. Виды коммуникативных систем	-	6	-	6	Осн. 1,2,3 Доп. 1,11,17	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий, подготовка проекта и презентации	Устный индивидуальный / групповой опрос, проверка практических заданий, защита презентации проекта
3.	Семиотический уровень коммуникации	-	4	-	6	Осн. 2,3 Доп. 1,9,11	Самостоятельное изучение рекомендуемой	Устный индивидуальный / групповой опрос,

							основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	и дискуссия, проверка практических заданий
4.	Лингвистический и металингвистический уровни коммуникации	-	6	-	6	Осн. 2,3 Доп. 1,9	Самостоятельное и изучение рекомендуемой основной дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, проверка практических заданий
5.	Коммуникативная личность. Гендерные различия в коммуникативных процессах	-	4	-	6	Осн. 2,3 Доп. 9	Самостоятельное и изучение рекомендуемой основной дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, проверка практических заданий
6.	Коммуникативные каналы	-	6	-	6.8	Осн. 2,3 Доп. 1,2,11,17	Самостоятельное и изучение рекомендуемой основной дополнительной литературы, выполнение практических заданий, подготовка эссе	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий, проверка эссе
<b>Раздел 2</b>								
7.	Межличностная коммуникация	-	4	-	4	Осн. 2,3 Доп. 1	Самостоятельное изучение	Устный индивидуальный /

							рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий
8.	Групповая коммуникация. Коммуникации в малой группе. Профессионально-ориентированные коммуникации. Коммуникации в организации	-	6	-	5.8	Осн. 2,3 Доп. 1,15,23	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий, подготовка эссе, подготовка проекта и презентации	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий, проверка эссе, защита презентации проекта
9.	Массовая коммуникация	-	4	-	5	Осн. 1,2,3 Доп. 2,8,13,17,19,22	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий, подготовка проекта и презентации, составление словаря	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий, защита презентации проекта, проверка и защита словаря (в конце семестра)
10.	Политическая коммуникация как форма социальной коммуникации	-	4	-	5	Осн. 1,2,3 Доп. 12,17	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий



							литературы, выполнение практических заданий	
11.	PR-деятельность в системе массовых коммуникаций	-	4		5	Осн. 2,3 Доп. 2,8,19,21,22	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной дополнительной литературы, выполнение практических заданий и	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий
12.	Межкультурная коммуникация	-	4		4	Осн. 1,2,3 Доп. 1,15,23	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной дополнительной литературы, выполнение практических заданий и	Устный индивидуальный / групповой опрос, проверка практических заданий
13.	Средства массовой информации и общество	-	4		4	Осн. 2 Доп. 2,5,6,8,10,16,29	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной дополнительной литературы и	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия
14.	Особенности коммуникативного процесса в молодежной аудитории	-	4		5	Осн. 1,2,3 Доп. 3,9,11	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной дополнительной литературы и	Устный индивидуальный / групповой опрос
<b>Раздел 3</b>								
15.	Социальные проблемы как	-	6		4	Осн. 4	Самостоятельное	Устный

	феномен коммуникации. Особенности отражения социальных проблем в СМК					Доп. 2,5,6,8,10,16,20	изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, составление словаря	индивидуальный / групповой опрос, проверка и защита словаря (в конце семестра)
16.	Анализ содержания массовой коммуникации	-	4		3	Осн. 4 Доп. 2,5,6,8,10,16,20	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий, подготовка эссе, подготовка проекта и презентации	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий, проверка эссе, защита презентации проекта
17.	Интернет-коммуникация как способ социализации и самореализации личности	-	4		2	Осн. 1,2 Доп. 3,5,18	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий
18.	Аудитория как объект массово-коммуникативной деятельности и ее измерение	-	2		4	Осн. 4 Доп. 6,7,10,16,20	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий

19.	Особенности информационного воздействия в информационном обществе. Коммуникативный менеджмент	-	2		4.8	Осн. 3 Доп. 1,3,4,5,9,17	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий
	<b>Всего часов:</b>	0	86	0	93.4			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины **Практикум по социологии коммуникации** на **8-9-10** семестры  
(наименование дисциплины)

**заочная**

форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины	8 семестр	9 семестр	10 семестр
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	5 ЗЕТ / 180 час			
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	26.6	10.2	5.2	11.2
лекций				
практических/ семинарских	24	10	4	10
лабораторных				
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	2.6	0.2	1.2	1.2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	142	58	63	21
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	11.4	3.8	3.8	3.8

Форма(ы) контроля:  
зачет **8,9,10** семестры

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Раздел 1</b>								
1.	Предметная область и ключевые понятия социологии коммуникации. Основные теоретические подходы к изучению социальной коммуникации	-	2	-	10	Осн. 1,2,3 Доп. 2,3,4,5,9,14,17,18,23	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий
2.	Системность коммуникации. Виды коммуникативных систем	-	2	-	10	Осн. 1,2,3 Доп. 1,11,17	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий, подготовка проекта и презентации	Устный индивидуальный / групповой опрос, проверка практических заданий, защита презентации проекта
3.	Семиотический уровень коммуникации	-	2	-	10	Осн. 2,3 Доп. 1,9,11	Самостоятельное изучение рекомендуемой	Устный индивидуальный / групповой опрос,

							основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	и дискуссия, проверка практических заданий
4.	Лингвистический и металингвистический уровни коммуникации	-	1	-	10	Осн. 2,3 Доп. 1,9	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	и Устный индивидуальный / групповой опрос, проверка практических заданий
5.	Коммуникативная личность. Гендерные различия в коммуникативных процессах	-	1	-	9	Осн. 2,3 Доп. 9	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	и Устный индивидуальный / групповой опрос, проверка практических заданий
6.	Коммуникативные каналы	-	2	-	9	Осн. 2,3 Доп. 1,2,11,17	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий, подготовка эссе	и Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий, проверка эссе
<b>Раздел 2</b>								

7.	Межличностная коммуникация Групповая коммуникация. Коммуникации в малой группе. Профессионально-ориентированные коммуникации. Коммуникации в организации Массовая коммуникация	-	1	-	16	Осн. 1,2,3 Доп. 1,2,8,13,15,17,19,22,23	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий, подготовка эссе, подготовка проекта и презентации	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий, проверка эссе, защита презентации проекта, контрольная работа
8.	Политическая коммуникация как форма социальной коммуникации PR-деятельность в системе массовых коммуникаций	-	1		16	Осн. 1,2,3 2,8,12,17,19,21,22	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий
9.	Межкультурная коммуникация	-	1		15	Осн. 1,2,3 Доп. 1,15,23	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, проверка практических заданий
10.	Средства массовой информации и общество Особенности коммуникативного процесса в молодежной аудитории	-	1		16	Осн. 1,2,3 Доп. 2,3,5,6,8,9,10,11,16,29	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия

**Раздел 3**

11.	Социальные проблемы как феномен коммуникации. Особенности отражения социальных проблем в СМК	-	2		5	Осн. 4 Доп. 2,5,6,8,10,16,20	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы	Устный индивидуальный / групповой опрос, контрольная работа
12.	Анализ содержания массовой коммуникации	-	2		3	Осн. 4 Доп. 2,5,6,8,10,16,20	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий, подготовка эссе, подготовка проекта и презентации	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий, проверка эссе, защита презентации проекта
13.	Интернет-коммуникация как способ социализации и самореализации личности	-	2		5	Осн. 1,2 Доп. 3,5,18	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий
14.	Аудитория как объект массово-коммуникативной деятельности и ее измерение	-	2		4	Осн. 4 Доп. 6,7,10,16,20	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий



							практических заданий	
15.	Особенности информационного воздействия в информационном обществе. Коммуникативный менеджмент	-	2		4	Осн. 3 Доп. 1,3,4,5,9,17	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, дискуссия, проверка практических заданий
	<b>Всего часов:</b>	0	24	0	147			

## Рейтинг – план дисциплины

**Практикум по социологии коммуникации**

(название дисциплины согласно рабочему учебному плану)

направление Социологиякурс 3, семестр 6

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
<b>Модуль 1</b>				
<b>Текущий контроль</b>			<b>0</b>	<b>23</b>
1. Аудиторная работа (опрос)	2	4	0	8
2. Выполнение практических заданий	2	5	0	10
3. Подготовка и защита презентации	5	1	0	5
<b>Рубежный контроль</b>			<b>0</b>	<b>25</b>
1. Письменная контрольная работа (из практических заданий)	2	5	0	10
2. Устный опрос	15	1	0	15
<b>Модуль 2</b>				
<b>Текущий контроль</b>			<b>0</b>	<b>27</b>
1. Аудиторная работа (опрос)	2	4	0	8
2. Выполнение практических заданий	2	4	0	8
3. Подготовка и защита презентации	5	1	0	5
4. Составление эссе	2	1	0	2
5. Составление словаря	2	1	0	2
6. Защита словаря	2	1	0	2
<b>Рубежный контроль</b>			<b>0</b>	<b>25</b>
1. Письменная контрольная работа (из практических заданий)	2	5	0	10
2. Устный опрос	10	1	0	10
3. Тестовый контроль	5	1	0	5
<b>Поощрительные баллы</b>				
1. Более 7 выступлений на семинарах				<b>5</b>
2. Участие в студенческой олимпиаде и / или публикация статей				<b>5</b>
<b>Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)</b>				
1. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			<b>0</b>	<b>-10</b>
<b>Итоговый контроль</b>				
1. Зачет				Проставляется по результатам баллов рейтинга, набранных в течение семестра

## Рейтинг – план дисциплины

### Практикум по социологии коммуникации

(название дисциплины согласно рабочему учебному плану)

направление Социология

курс 4, семестр 7

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
<b>Модуль 1</b>				
<b>Текущий контроль</b>			<b>0</b>	<b>23</b>
1. Аудиторная работа (опрос)	2	5	0	10
2. Выполнение практических заданий	2	4	0	8
3. Подготовка и защита презентации	5	1	0	5
<b>Рубежный контроль</b>			<b>0</b>	<b>25</b>
1. Письменная контрольная работа (из практических заданий)	2	5	0	10
2. Устный опрос	15	1	0	15
<b>Модуль 2</b>				
<b>Текущий контроль</b>			<b>0</b>	<b>27</b>
1. Аудиторная работа (опрос)	2	5	0	10
2. Выполнение практических заданий	2	3	0	6
3. Подготовка и защита презентации	5	1	0	5
4. Составление эссе	2	1	0	2
5. Составление словаря	2	1	0	2
6. Защита словаря	2	1	0	2
<b>Рубежный контроль</b>			<b>0</b>	<b>25</b>
1. Письменная контрольная работа (из практических заданий)	2	5	0	10
2. Устный опрос	10	1	0	10
3. Тестовый контроль	5	1	0	5
<b>Поощрительные баллы</b>				
1. Более 8 выступлений на семинарах				<b>5</b>
2. Участие в студенческой олимпиаде и / или публикация статей				<b>5</b>
<b>Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)</b>				
1. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			<b>0</b>	<b>-10</b>
<b>Итоговый контроль</b>				
1. Зачет				Проставляется по результатам баллов рейтинга, набранных в течение семестра

## Рейтинг – план дисциплины

### Практикум по социологии коммуникации

(название дисциплины согласно рабочему учебному плану)

направление Социология

курс 4, семестр 8

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
<b>Модуль 1</b>				
<b>Текущий контроль</b>			<b>0</b>	<b>23</b>
1. Аудиторная работа (опрос)	2	4	0	8
2. Выполнение практических заданий	2	5	0	10
3. Подготовка и защита презентации	5	1	0	5
<b>Рубежный контроль</b>			<b>0</b>	<b>25</b>
1. Письменная контрольная работа (из практических заданий)	2	5	0	10
2. Устный опрос	15	1	0	15
<b>Модуль 2</b>				
<b>Текущий контроль</b>			<b>0</b>	<b>27</b>
1. Аудиторная работа (опрос)	2	4	0	8
2. Выполнение практических заданий	2	4	0	8
3. Подготовка и защита презентации	5	1	0	5
4. Составление эссе	2	1	0	2
5. Составление словаря	2	1	0	2
6. Защита словаря	2	1	0	2
<b>Рубежный контроль</b>			<b>0</b>	<b>25</b>
1. Письменная контрольная работа (из практических заданий)	2	5	0	10
2. Устный опрос	10	1	0	10
3. Тестовый контроль	5	1	0	5
<b>Поощрительные баллы</b>				
1. Более 7 выступлений на семинарах				<b>5</b>
2. Участие в студенческой олимпиаде и / или публикация статей				<b>5</b>
<b>Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)</b>				
1. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			<b>0</b>	<b>-10</b>
<b>Итоговый контроль</b>				
1. Зачет				Проставляется по результатам баллов рейтинга, набранных в течение семестра