



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный гуманитарный университет»
(РГГУ)

Социологический факультет

Кафедра политической социологии и социальных технологий

СОЦИОЛОГИЯ СМИ И АНАЛИЗ МЕДИА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

для бакалавриата по направлению

39.03.01 Социология

Социология политики и связей с общественностью

Квалификация (степень) бакалавр

Форма обучения (очная, очно-заочная, заочная)

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва - 2019

СОЦИОЛОГИЯ СМИ И АНАЛИЗ МЕДИА

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

канд. соц. наук, доцент, А.А.Хохлов

Ответственный редактор:

д.полит.н., профессор Н.М.Великая

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

политической социологии и социальных технологий

№_1 от 29.08.2019г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка
 - 1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)
 - 1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю)
 - 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы
2. Структура дисциплины (модуля)
3. Содержание дисциплины (модуля)
4. Образовательные технологии
5. Оценка планируемых результатов обучения
 - 5.1. Система оценивания
 - 5.2. Критерии выставления оценок
 - 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 6.1. Список источников и литературы
 - 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья
9. Методические материалы
 - 9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

Приложения

- Приложение 1. Аннотация дисциплины

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

Курс «Социология СМИ и анализ медиа» нацелен на подготовку бакалавров как исследователей, медиаторов, обладающих навыками ведения диалога в различных аудиториях, с представителями органов власти, НКО, СМИ, бизнес-структур, а также способных к анализу и прогнозу последствий социальных трансформаций и выполнению публичных функций. Студенты получают знания и навыки в области социологической и социально-гуманитарной экспертизы социально значимых проектов с применением конкретных социологических методов для межкультурного и межсекторного взаимодействия, прогнозирования социальных явлений и процессов, эффективной коммуникации с представителями различных социальных групп и институтов. В основу курса положен междисциплинарный проблемный подход и системный принцип изложения. Студент ориентируется на проблемное понимание процессов в сфере социологии массовых коммуникаций.

1.1. Цель и задачи дисциплины

Основная цель курса: «Социология СМИ и анализ медиа» - ознакомление студентов с социологией массовых коммуникаций как научной дисциплиной, ее основными понятиями и методологическими принципами, классическими и современными концепциями коммуникации и сетевого политического поведения, методами и важнейшими результатами эмпирических исследований, с современными социальными процессами, протекающими в рамках религиозных организаций и связанными с ними.

Уровень освоения содержания курса предполагает овладения системой понятий и умением применять эти понятия в анализе конкретных социологических данных с учетом различных точек зрения на природу и функции СМИ как социального феномена

Задачи дисциплины:

- Выявить последствия медиатизации социальной коммуникации.
- рассмотреть основные этапы развития СК и СМИ;
- изучить современные подходы к системной организации коммуникации; рассмотреть возможности решения задач естественных и естественно-искусственных коммуникативных систем в связи с социальными запросами современного общества;
- рассмотреть формы политического участия российских граждан посредством современных медиа;
- проанализировать методы анализа СМИ и медиакommunikаций.
- выявить особенности таких коммуникативных областей, как общественные связи и отношения.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-2. Способность подготовить проектное предложение для проведения социологического исследования (самостоятельно или под руководством)	<p>ПК-2.1. Описывает проблемную ситуацию</p> <p>ПК- 2.2. Обосновывает актуальность проекта для решения поставленной проблемы</p> <p>ПК-2.3. Согласовывает документацию, регламентирующую взаимодействие заказчика и исполнителя социологического исследования</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание изложенных в курсе социологических и методологических концепций публичной сферы; <p>Уметь: - применять методы и технологии работы с различными целевыми аудиториями публичной сферы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - обосновывает актуальность разрабатываемого проекта для решения поставленной проблемы <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятийным аппаратом дисциплины;
ПКУ-1 Участие в разработке методического инструментария, нормативных документов, информационных материалов для осуществления исследовательской, аналитической и консалтинговой деятельности.	<p>ПКУ-1.1 Демонстрирует умение по разработке методического инструментария и знание нормативных документов</p> <p>ПКУ-1.2 Формулирует задачи для осуществления исследовательской аналитической и консалтинговой деятельности</p> <p>ПКУ-1.3 Выявляет проблемы использования методического инструментария в осуществлении исследовательской, аналитической и консалтинговой деятельности</p>	<p>Знать:</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать практические возможности PR- методов в публичной сфере; -описывать проблемы в сфере отношений с общественностью, корпоративной деятельности и прогнозировать пути их решения. - оценивать последствия реализации тех или иных решений <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - техниками анализа и интерпретации материала.

Учебная работа студентов проводится в виде лекций, семинарских занятий, деловых игр, выездных семинаров, различных форм самостоятельной работы. При этом

лекция и семинар не дублируются, а взаимно дополняют друг друга, поскольку многие вопросы учебного курса не будут рассматриваться на лекциях.

Индивидуальные домашние задания связаны не только с анализом литературы, но и с анализом данных, имеющихся в свободном доступе в архиве социологических данных.

1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Социология СМИ и анализ медиа» является курсом по выбору профессионального цикла дисциплин по направлению подготовки бакалавров, обучающихся на социологическом факультете РГГУ по направлению № 39.03.01 Социология. Курс читается преподавателями кафедры политической социологии и социальных технологий социологического факультета РГГУ.

Взаимосвязь с другими дисциплинами. Программа курса органично связана с содержанием таких дисциплин, как «Политическая социология», «Социология общественного мнения», «Социология массовой коммуникации», «Межличностная коммуникация»,

«Современные информационные технологии в социальных науках», «Социальная аналитика».

1. 2. Структура дисциплины (тематический план)

Структура дисциплины (модуля) для очной формы обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа, в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 36 часов аудиторной нагрузки (18 часов лекций, 18 часов семинаров), 36 часов – самостоятельной работы. Форма итогового контроля – зачет.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная				Промежуточная аттестация	Самостоятельная работа	
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия			
1.	История возникновения СМИ и журналистики	8	2	2				5	Оценка выполнения практических заданий (реферирование статей,

									готовность к дискуссии)
2.	Основные особенности анализа медиа в зарубежной практике	8	4	2				5	Оценка выполнения практических заданий. Диагностика тем выбранных проектов
3.	Особенности функционирования СМИ и Интернета в современной России – практика, законодательство	8	2	2				5	Оценка выполнения практических заданий. Презентация выступления
4.	Ценностный анализ публичной сферы в интернете («медийное» поведение и общественно-политические настроения). Прогрессивная публика.	8	2	2				5	Оценка выполнения практических заданий. Презентация выступления
5.	Основные коммуникационные приемы ведения политических дискуссий в СМИ и социальных сетях. Интернет как сфера массовой коммуникации.	8	2	4				5	Оценка выполнения практических заданий
6.	Репрезентация политических позиций в сети. Новые медиа и цифровая политическая идентичность .	8	2	2				5	Оценка выполнения практических заданий
7.	Основные особенности социологии СМИ и анализа медиа в зарубежной практике	8		4				6	Презентации эссе и защита эссе или отчетов включенного наблюдения по итогам выездного семинара
	Итого:		18	18				36	72

Структура дисциплины (модуля) для очно-заочной формы обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа, в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 16 часов аудиторной нагрузки (6 часов лекций, 10 часов семинаров), 56 часов – самостоятельной работы. Форма итогового контроля – зачет.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Промежуточная аттестация	Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная							
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия				
1.	История возникновения СМИ и журналистики	9		2				8	Оценка выполнения практических заданий (реферирование статей, готовность к дискуссии)	
2.	Основные особенности анализа медиа в зарубежной практике	9		2				8	Оценка выполнения практических заданий. Диагностика тем выбранных проектов	
3.	Особенности функционирования СМИ и Интернета в современной России – практика, законодательство	9		2				8	Оценка выполнения практических заданий. Презентация выступления	
4.	Ценностный анализ публичной сферы в интернете («медийное» поведение и общественно-политические настроения). Прогрессивная публика.	9	2					8	Оценка выполнения практических заданий. Презентация выступления	
5.	Основные	9	2					8	Оценка	

	коммуникационные приемы ведения политических дискуссий в СМИ и социальных сетях. Интернет как сфера массовой коммуникации.								выполнения практических заданий
6.	Репрезентация политических позиций в сети. Новые медиа и цифровая политическая идентичность .	9	2					8	Оценка выполнения практических заданий
7.	Основные особенности социологии СМИ и анализа медиа в зарубежной практике	9		4				8	Презентации эссе и защита эссе или отчетов включенного наблюдения по итогам выездного семинара
	Итого:		6	10				56	72

Структура дисциплины (модуля) для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 8 часов аудиторной нагрузки , 64 часа – самостоятельной работы. Форма итогового контроля - зачет

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Курс	Виды учебной работы (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
			Контактная				Промежуточная аттестация		Самостоятельная работа
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия			
1.	История возникновения Интернета и его применения в PR	4	2					23	Оценка выполнения практических заданий (реферирование статей, готовность к дискуссии)
2.	Особенности функционирования СМИ и применения Интернета в	4	1	1				19	Оценка выполнения практических заданий. Диагностика

	современной России – практика, законодательство								тем выбранных проектов
3.	Репрезентация политических позиций в сети. Новые медиа и цифровая политическая идентичность	4	1	1				11	Оценка выполнения практических заданий. Презентация выступления
4.	Основные коммуникационные приемы ведения политических дискуссий в сети. Интернет как сфера массовой коммуникации.	4		2				15	Презентации эссе и защита эссе или отчетов включенного наблюдения по итогам выездного семинара
	итоги:		4	4				64	72

3. Содержание дисциплины

Тема 1. История возникновения СМИ и журналистики. Основные понятия и категории в научном и теоретическом дискурсе .

Лекция 1. Зарождение СМИ. СМИ как социальный институт. Появление ЭВМ в середине XX века. Кибернетика и Норберт Винер. Создание первых персональных компьютеров. Первые компьютерные сети. Создание World Wide Web, CERN и Тим Бернерс-Ли. Лавинообразное расширение Интернета в 90-е годы XX века. Первые опыты использования WWW в передаче общественной информации. Появление Интернета в России. Первые опыты пиара в РФ с помощью Сети - сайты «Коготь», «Московская альтернатива» в 1999 году. Интернет-проекты в 2010-2019

Лекция 2. Правила работы специалистов PR в СМИ и Интернете. Ведущие этические принципы. Основные технологии электронных публич-релинз. Доменная практика. Реклама в Интернете. Обмен информацией.. Использование поисковых систем. Википедия и связанные с ней проекты. «Мозговые центры» (think tanks) в WWWема

Тема 2. :Правовые нормы регулирования СМИ и интернета.

Лекция 3. Законы, регулирующие деятельность СМИ. Этический кодекс журналиста. Обзор Рунета (российский сегмент Интернета). Законодательство, регулирующее Интернет.

Борьба с интеллектуальным пиратством. Судебные прецеденты, связанные с пиаром в Рунете. «Черный пиар». Сайты органов госвласти. Корпоративные сайты. Наиболее известные компании, занимающиеся PR в Интернете.

1. Тема 3. СМИ и Интернет в политической рекламе

Лекция 4. Принципы построения системы пиар-технологий политической рекламы в Интернете. Этические ограничения. Зарубежный опыт. Распространение информации. Создание политического имиджа. Заполнение контента на форумах. Привлечение сторонников и удержание политических активистов. Прямой диалог политика в Интернете. Создание личной странички политического лидера. Партийный сайт.

2. Тема 4. .СМИ и Интернет в частном секторе.

Лекция 5. Правила разработки корпоративного сайта. Наполнение контента. Функционирование раздела сайта, посвященного связям с общественностью. Обратная связь с посетителями сайта. Кризис-менеджмент с помощью Интернета. Публичное/приватное в сетевой реальности.

3. Тема 5. Использование СМИ и Интернета в избирательных компаниях

Лекция 6. Интернет как сфера массовой коммуникации. Создание сайта, посвященного избирательной кампании. Наиболее удачные образцы из зарубежного и отечественного опыта. Наполнение контента. Принципы функционирования. Информирование через Интернет о новостях кампании. Работа пресс-службы через WWW. Противодействие «черному пиару». Интернет-форумы в избирательной кампании. Пресс-конференции через Интернет.

Тема 6. Построение и использование блогов. Использование социальных сетей

Лекция 8. Понятие блога. Ведение корпоративного блога – создание, подбор площадки, наполнение контента. Работа с ЖЖ-сообществами. Ведение личного блога политического, общественного деятеля. Блоги пиарщиков, консультантов. Коммерческое использование блогов. Понятие социальных сетей. Использование социальных сетей для продвижения необходимого контента. Сообщества в социальных сетях. Обзор и особенности российского сегмента социальных сетей

Повышение внимания к сайту. Технологии привлечения посетителей. «Накрутка» посещаемости. Интернет-счетчики. «Зеркальные сайты». Обмен баннерами. Работа с поисковыми системами. Удержание сайта в топе. Попадание в топ-новости. Специализированные фирмы по увеличению посещаемости и оптимизации работы сайтов.

Тема 7. Интернет-СМИ и взаимодействие с ними

Лекция 9. Что такое «Интернет-СМИ»? Их виды, особенности функционирования. Сайты традиционных масс-медиа – газет, журналов, телекомпаний и радиостанций.

Информационные агентства в Интернете. Взаимодействие с журналистами Интернет-изданий.

Основные коммуникационные приемы ведения политических дискуссий в сети. Интернет как сфера массовой коммуникации.

Тема 8. Методология и методы анализа медиа и интернет-коммуникации.

Лекция 9.

Виды опросов в Интернете. Политическое тестирование. Маркетинговые исследования.

Правила проведения социологических исследования через WWW. Конкурсы и олимпиады в Сети. Проверка эффективности работы сайтов.

4. Образовательные технологии

Образовательные технологии дисциплины «Социология СМИ и анализ медиа» направлены на реализацию компетентного подхода и основываются на принципе профессиональной направленности обучения. Аудиторные занятия проходят в лекционной (с использованием ПК и слайд-проектора) и семинарской формах. Используются различные образовательные технологии: проблемная лекция, лекция-визуализация, лекция с разбором конкретных ситуаций. Тематика лекционных занятий прямо отражает содержательную структуру дисциплины, а тематика практических занятий, в свою очередь, определяется целью непосредственного формирования компетенций и связана с выполнением задачи практического применения знаний (по каждой теме), полученных в ходе лекционных занятий. Подготовка к практическим занятиям предполагает самостоятельную работу студентов по выполнению домашних заданий. Консультирование и проверка домашних заданий осуществляется посредством электронной почты. Трудности, методические ошибки и успехи студентов в ходе работы над заданиями являются предметом обсуждения на практических занятиях. Результаты работы представляются в письменном виде.

При реализации рабочей программы дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Наименование темы	Виды учебной работы	Образовательные технологии
2	3	5
История возникновения СМИ и журналистики	Лекция 1 Семинар 1	Вводная лекция с использованием материалов I-технологий Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством

		электронной почты
Основные особенности функционирования медиа и Интернет-технологий в зарубежной практике политической коммуникации и связей с общественностью	Лекция 2. Семинар 2	Лекция-визуализация с применением IT-технологий Интерактивная дискуссия Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
. Особенности применения Интернета в современной России – практика, законодательство	Лекция 3.	Дискуссия Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
Новые медиа в политической рекламе	Семинар 3.	Проблемная лекция Занятия с опорой на специализированные презентации Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
СМИ и Интернет-технологии в частном секторе – создание имиджа компании	Лекция 4	Проблемная лекция Устный ответ на семинаре. Групповая дискуссия. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
Использование СМИ и Интернета в избирательных компаниях	Семинар 4.	Групповая дискуссия Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
СМИИ в «третьем секторе» (НКО, НГО), общественных, религиозных организациях	Лекция 5 Семинар	Проблемная лекция Семинар. Просмотр и

	5.	обсуждение видеоматериалов Устные ответы на семинарах, подготовка докладов
Фондрайзинг в Интернете, использование Интернет-технологий волонтерами, благотворительность	Семинар 6.	Семинар. Презентации студентов. Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
Социологические и маркетинговые исследования с помощью Интернета	Лекция 7.	Проблемная лекция Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
Технологии повышения эффективности работы сайтов и привлечения внимания	Семинар 7.	Устный ответ на семинаре. Групповая дискуссия. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
Построение и использование блогов. Использование социальных сетей	Лекция 8	Интерактивная лекция с показом видеоматериалов. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
Анализ медиа. Электронные СМИ и взаимодействие с ними	Лекция 9 Семинар 8	Групповые выступления с докладами. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

5. Оценка планируемых результатов обучения

В процессе изучения курса проводится рейтинговый контроль знаний студентов в соответствии с Положением РГГУ о его проведении. Он предполагает учет посещения лекций, результатов работы в семинарской группе, подготовку и защиту проектов, промежуточное тестирование в виде экзамена.

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
<i>Текущий контроль:</i>		
- устный опрос на семинаре	5 баллов	30 баллов
Участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа	10 баллов	10 балла
- контрольная работа	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация (контрольная работа)		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину) зачёт/зачёт с оценкой/экзамен		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Промежуточная аттестация проводится по итогам подготовки, презентации и защиты проекта с применением одного из выбранных методов исследования: биографический анализ, кейс -стади общественного объединения. По итогам выездного семинара практическая работа проводится с применением метода включенного наблюдения.

Оценочное средство	Компетенции и критерии оценки их сформированности	Шкала оценивания
Устный опрос на семинаре	Формируемые компетенции и индикаторы их достижения ПК-2, ПКУ-1, : - полнота знаний теоретического контролируемого материала; - умение ориентироваться в архивах социологических данных для решения различных содержательных задач.	2 балла – содержание материала раскрыто полностью, 1 балл – содержания материала раскрыто частично, 0 баллов – содержание материала не раскрыто.
домашнее задание	Формируемые компетенции и индикаторы их достижения ПК-2, ПКУ-1: - полнота знаний теоретического контролируемого материала; - способность применять полученные умения самостоятельно	4 балла - работа выполнена полностью, тема раскрыта, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, 3 балла - работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность, 1-2 балла - работа выполнена не полностью (тема задания раскрыта частично) и / или допущены одна – три ошибки или неточности, 0 баллов - работа не выполнена (тема задания не раскрыта) или допущены четыре и более ошибки или неточности.
Самостоятельная работа	Формируемые компетенции и индикаторы их достижения ПК-2, ПКУ-1: - полнота знаний теоретического контролируемого материала; - умение применить на практике принципы и техники проведения вторичного анализа.	10 баллов – тема работы раскрыта полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок; 8-9 баллов - тема работы раскрыта полностью, но в рассуждениях и обосновании есть один-два пробела или ошибки; 5-7 баллов – тема раскрыта не полностью и / или в рассуждениях и

		обосновании есть три-четыре ошибки; 2-4 балла – тема раскрыта менее, чем на половину и / или в рассуждениях и обосновании есть пять-шесть ошибок; 0-1 балл – тема не раскрыта и / или в рассуждениях и обосновании присутствует более шести ошибок.
Промежуточная аттестация (зачет)	Формируемые компетенции и индикаторы их достижения ПК-2, ПКУ-1, : - полнота знаний теоретического контролируемого материала; - способность применять полученные умения самостоятельно - умение ориентироваться в источниках вторичных данных и технике их обработки и интерпретации.	При проведении промежуточной аттестации студент должен ответить на два вопроса. При оценивании ответа учитывается: - теоретическое содержание не освоено, знание материала носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе (1-4 балла); - теоретическое содержание освоено частично, допущено не более двух-трех недочетов (5-9 баллов); - теоретическое содержание освоено почти полностью, допущено не более одного-двух недочетов, но обучающийся смог бы их исправить самостоятельно (10-14 баллов); - теоретическое содержание освоено полностью, ответ построен по собственному плану (15-20 баллов).

Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования: 50-60% от максимального количества баллов, предусмотренного оценочным средством, соответствует базовому уровню овладения компетенции; 61-80% - продвинутому, 81-100% - высокому.

Тест по дисциплине:

Формируемые компетенции и индикаторы их достижения: ПКУ-1 (ПКУ-1.1; ПКУ-1.2.; ПКУ-1.3.) и ПК-2. (ПК-2.1.; ПК- 2.2.; ПК-2.3.)

. Социальная коммуникация — это:

- А. Инженерные пути сообщения;
- Б. Сообщения в СМИ;
- В. Процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств;
- Г. Обмен сообщениями по каналам связи.

2. Коренное отличие вербальной и невербальной коммуникации состоит:

- А. В целях передачи информации;
- Б. В способах кодирования информации;

В. В каналах связи.

3. Теоретиком символического интеракционизма был:

- А. Ч.С. Пирс;
- Б. Дж.Г. Мид;
- В. Э. Торндайк.

4. Автор интерактивной модели коммуникативного процесса — это:

- А. Г. Лассуэлл;
- Б. Т. Ньюкомб;
- В. Р. Якобсон.

5. Типология знаков, предложенная Ч.С. Пирсом, — это:

- А. Дорожные, музыкальные, денежные знаки;
- Б. Иконические, индексальные, символические знаки;
- В. Естественные и искусственные знаки;
- Г. Химические, математические, астрономические знаки.

6. Модель управляемой коммуникации с обратной связью предложил:

- А. К. Ясисрс;
- Б. И. Гутенберг;
- В. Н. Винер.

7. Коммуникация - :

- А. Система, в которой осуществляется взаимодействие.
- Б. Процесс взаимодействия.
- В. Способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию.
- Г. Система, процесс взаимодействия, способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию.

8. Социология изучает:

- А. Функциональные особенности общения различных социальных групп, представляющего их взаимодействие.
- Б. Передачу и получение смысловой и оценочной информации с целью повышения эффективности жизнедеятельности.
- В. Механизм оказания воздействия на определенные сообщества.
- Г. Исключительно общение профессиональных групп.

9. Для социолога важно исследование коммуникации как:

- А. Познания психологических особенностей взаимодействия субъектов.
- Б. Социально обусловленного процесса, в рамках которого формируются индивидуальные и групповые установки коммуникативного поведения.
- В. Взаимодействие коммуникативных факторов преимущественно в экономической системе общества.
- Г. Определение единиц, категорий и частных функций маркетинговых коммуникаций.

10. Коммуникативные цели это:

- А. Выделение видов коммуникативных систем.
- Б. Определение уровней массовой коммуникации.
- В. Установление, поддержание взаимосвязей между заинтересованными субъектами.
- Г. Формирование совокупности поступков, мероприятий, обеспечивающих достижение превосходства одной группы над другой.

11. В социологии коммуникации:

- А. Изучаются только межличностные коммуникации.
- Б. Исследуется психологический процесс достижения взаимопонимания между людьми.
- В. Всесторонне изучается только массовая коммуникация.
- Г. Изучаются все виды социальных коммуникаций с социологической точки зрения.

12. Историю развития коммуникаций хронологически можно рассматривать как:

- А. Как стадии коммуникационных революций: 1) изобретение письменности; 2) изготовление печатного станка (эра Гутенберга); 3) внедрение электронных масс-медиа ("Третья волна" Э.Тоффлера); 4) развитие интерактивной электронной коммуникации и виртуализация коммуникаций ("Четвертая волна" Ф.Шаркова).
- Б. Преодоление физических, географических, административно-государственных, цензурных границ.
- В. Историческое изучение социальных факторов, обуславливающие влияние массовой коммуникации на формирование общественного мнения.
- Г. Переход от межличностных к межгрупповым и массовым формам коммуникации.

13. Социальная коммуникация это:

- А. Взаимодействие в информационном обществе человека с киберсистемами.
- Б. Формирование социального знания и оценочных категорий коммуникации.
- В. Коммуникации, обусловленные социальными факторами.
- Г. Взаимодействие людей, обусловленная целым рядом социально значимых оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных сфер и норм общения, принятых в обществе, в данном социуме.

14. Общими условиями функционирования массовой коммуникации являются:

- А. Социальная значимость информации, способствующая возникновению, распространению и поддержанию функционирования массовой коммуникации;
- Б. Наличие массовой аудитории, социальная значимость информации, наличие соответствующих средств, многоканальность коммуникаций.
- В. Наличие соответствующих средств, поддерживающих процесс функционирования массовых коммуникаций.
- Г. Многоканальность осуществляемых коммуникаций и вариативность коммуникативных средств.

15. Элементами линейной цепи коммуникации являются:

- А. Кодирование, передача сигнала, канал (передаточный механизм), прием и декодирование, обратная связь, помехи и барьеры.
- Б. Преобразование сигнала в форму, обеспечивающую оптимальную передачу сигнала по определенному каналу коммуникации.
- В. Устное обращение, телефонная и интерактивная (двухсторонняя телесвязь), собрания, митинги, шествия и др.
- Г. Передача прием и декодирование сигнала.

16. Барьеры коммуникации это:

- А. Помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между коммуникатором и реципиентом, препятствующие адекватному приему, пониманию и усвоению сообщений в процессе осуществления коммуникативных связей.
- Б. Препятствия, возникающие при применении системного подхода к формированию и изучению моделей коммуникации.
- В. Это помехи, мешающие осуществлению информационного процесса в социокультурном контексте.
- Г. Это помехи, препятствующие нарушению социальных закономерностей во взаимодействии между коммуникатором и реципиентом.

17. Барьеры коммуникации по характеру действующих помех подразделяются на:

- А. Опасные и неопасные.
- Б. Желательные и нежелательные.
- В. Простые и сложные
- Г. Технические, психологические, психофизиологические, социальные, культурно-национальные.

18. В межличностных коммуникациях:

- А. Как отправителем, так и получателем выступают отдельные индивиды; осуществляются непосредственные контакты между субъектами общения.
- Б. Отсутствует обратная связь, которая не нужна, так как нет необходимости оказывать регулирующее воздействие на ход общения.
- В. Осуществляется одновременное двухстороннее сообщение, что обязательно обогащает мировоззрение участников коммуникации.

Г. Сам процесс коммуникации имеет доминирующую ценность, что позволяет из содержания коммуникации полностью исключить негативные моменты.

19. Как переводится термин «контент-анализ»:

- А. Анализ количества
- Б. Анализ качества
- В. Анализ содержания
- Г. Анализ информации

20. Повтор в массовой коммуникации воспринимается как:

- А. Одно суждение
- Б. Тавтология
- В. Избыточность
- Г. Точность

21. Контент-анализ – это:

- А. Перевод в количественные показатели массовой текстовой информации последующей статистической её обработкой;
- Б. Перевод в качественные показатели массовой текстовой информации последующей статистической её обработкой;
- В. Контроль за обоснованностью содержания смысловых единиц.

22. Функции и дисфункции социальных институтов предложил выделять:

- А. Г. Лассуэлл
- Б. Р. Мертон
- В. Н. Луман
- Г. Ю. Хабермас

23. Семиотика – это наука:

- А. О знаковых системах;
- Б. О принципах и типах коммуникации;
- В. О СМИ;
- Г. О языке и речи.

24. Н. Луман рассматривается СМИ как:

- А. Важнейший канал скрытого идеологического воздействия (Франкфуртская школа);
- Б. Механизм «символического» насилия (П. Бурдьё);
- В. Особая система, с присущей ей специфической логикой функционирования (Н. Луман).

25. Ю. Хабермас понимает СМИ как:

- А. Основной источник «гиперреальности» - реальности образов, подменяющей собой истинную реальность и обесмысливающей само понятие истины (Ж. Бодрийар);
- Б. Среду, исключаящую реальную коммуникацию;
- В. Важнейший фактор формирования «культуры реальной виртуальности» (М. Кастельс).

26. В чьём понимании коммуникация является базовым феноменом культуры, а средства коммуникации – «внешним продолжением» человеческого тела и восприятия:

- А. Г.М. Маклюэна
- Б. Т. Адорно
- В. М. Хоркхаймера

27. По Г. Лассуэллу три функции медиа это:

- 1)
- 2)
- 3)

28. По Г.М. Маклюэну средства коммуникации делятся на:

- А. «Горячие» - это
- Б. «Холодные» - это

1.
29. «Симулякры», по Ж. Бодрийяру, это:...

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

30. Этапы в развитии средств массовой коммуникации (по М. Кастельсу):

Контрольные вопросы для промежуточной аттестации.

Формируемые компетенции и индикаторы их достижения: ПКУ-1 (ПКУ-1.1; ПКУ-1.2.; ПКУ-1.3.) и ПК-2. (ПК-2.1.; ПК- 2.2.; ПК-2.3.)

1. Что такое всемирная паутина?
2. Дайте характеристику понятию «Интернет-технологии» ?
3. Каков механизм функционирования Интернета ?
4. Основные умения и навыки специалиста по Интернет-технологиям в PR ?
5. В чем заключается стратегии работы в Интернете в отношении политической коммуникации?
6. Что называется правовым регулированием Интернета?
7. Что такое «черный пиар»?
8. Какие действие в Интернете называются «хакерством»?
9. Дайте характеристику понятию «блог»?
10. Какие коммуникации называются «социальными сетями»?
11. Что такое «корпоративный сайт»
12. Как измеряется число посетителей сайта?
13. Что такое «Интернет-форум»?
14. Какие масс-медиа называют «Интернет-СМИ»?
15. Что такое политическая коммуникация?

Примерный перечень итоговых вопросов для зачета/коллоквиума по курсу «Интернет как пространство политической коммуникации»

Формируемые компетенции и индикаторы их достижения: ПКУ-1 (ПКУ-1.1; ПКУ-1.2.; ПКУ-1.3.) и ПК-2. (ПК-2.1.; ПК- 2.2.; ПК-2.3.)

1. Кем и как был создан Интернет?
2. Интернет как социокультурный феномен современности?
3. Что такое политическая коммуникация?
4. Первые шаги Интернета появился в России?
5. Воздействие всемирной сети на повседневную жизнь общества?
6. Какие правовые акты регулируют Интернет в РФ?
7. Какие судебные иски, связанные с использованием Интернета в PR целях вам известны?
8. Назовите примеры наиболее удачных сайтов органов госвласти?
9. Каковы функции компаний, предоставляющих услуги по пиару в Интернете?
10. Приведите пример «черного пиара» в Сети в российском сегменте?
11. Как строится имидж политика с помощью Интернета?
12. Что такое форумная активность и как она регулируется?
13. Расскажите о функционировании сайтов российских политических партий?

14. Есть ли примеры удачной «раскрутки» имиджа политика в Интернете?
15. Основные принципы построения корпоративного сайта?
16. Как строится общение на корпоративном сайте с его посетителями?
17. Как создается и действует сайт, специально создаваемый к избирательной кампании?
18. Возможные алгоритмы противодействия «черному пиару» через Интернет?
19. Как организовать пресс-конференцию в Сети?
20. Назовите способы самоорганизации общественности через Интернет?
21. Как продвигаются религиозные организации с помощью Сети?
22. Как функционируют сайты, посвященные волонтерской деятельности?
23. Приведите алгоритм сбора фондов через Интернет?
24. Как проводятся социологические исследования во всемирной сети?
25. Расскажите о маркетинговых стратегиях в Интернете?
26. Как строится работа с поисковыми системами с целью попадания в «топы»?
27. Расскажите о российской блогосфере?
28. Какие наиболее популярные социальные сети Рунета вы можете назвать?
29. Что такое «Интернет-журналы»?
30. Принципы функционирования сайтов печатной прессы?

Примерная тематика курсовых проектов (работ) и рефератов

Формируемые компетенции и индикаторы их достижения: ПКУ-1 (ПКУ-1.1; ПКУ-1.2.; ПКУ-1.3.) и ПК-2. (ПК-2.1.; ПК- 2.2.; ПК-2.3.)

1. 1. Поле деятельности PR специалиста и его необходимость в общественно-политических процессах
2. Мировое и российское PR сообщество в общественно-политических процессах.
3. Распространение информации в современном мире.
4. История политической рекламы и ее трансформация.
5. Технологии защиты имиджа в современном мире.
6. Массовые настроения в политике.
7. Партии и общественные движения. История, институционализация и пути развития.
8. Проведение успешных избирательных кампаний. Основные составляющие успеха.
9. Поле деятельности PR специалиста и его необходимость в общественно-политических процессах

10. Мировое и российское PR сообщество в общественно-политических процессах.
11. Распространение информации в современном мире.
12. История политической рекламы и ее трансформация.
13. Технологии защиты имиджа в современном мире.
14. Массовые настроения в политике.
15. Партии и общественные движения. История, институционализация и пути развития.
16. Проведение успешных избирательных кампаний. Основные составляющие успеха.

17. Поле деятельности PR специалиста и его необходимость в общественно-политических процессах
18. Мировое и российское PR сообщество в общественно-политических процессах.
19. Распространение информации в современном мире.
20. История политической рекламы и ее трансформация.
21. Технологии защиты имиджа в современном мире.
22. Массовые настроения в политике.
23. Партии и общественные движения. История, институционализация и пути развития.
24. Проведение успешных избирательных кампаний. Основные составляющие успеха.
25. Поле деятельности PR специалиста и его необходимость в общественно-политических процессах
26. Мировое и российское PR сообщество в общественно-политических процессах.
27. Распространение информации в современном мире.
28. История политической рекламы и ее трансформация.
29. Технологии защиты имиджа в современном мире.
30. Массовые настроения в политике.
31. Партии и общественные движения. История, институционализация и пути развития.
32. Проведение успешных избирательных кампаний. Основные составляющие успеха.
33. **Учебная**
34. Поле деятельности PR специалиста и его необходимость в общественно-политических процессах
35. Мировое и российское PR сообщество в общественно-политических процессах.
36. Распространение информации в современном мире.
37. История политической рекламы и ее трансформация.
38. Технологии защиты имиджа в современном мире.

39. Массовые настроения в политике.
40. Партии и общественные движения. История, институционализация и пути развития.
41. Проведение успешных избирательных кампаний. Основные составляющие успеха.
42. Поле деятельности PR специалиста и его необходимость в общественно-политических процессах
43. Мировое и российское PR сообщество в общественно-политических процессах.
44. Распространение информации в современном мире.
45. История политической рекламы и ее трансформация.
46. Технологии защиты имиджа в современном мире.
47. Массовые настроения в политике.
48. Партии и общественные движения. История, институционализация и пути развития.
49. Проведение успешных избирательных кампаний. Основные составляющие успеха.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Источники:

1. Конституция Российской Федерации. — М., 1993. Любое издание.
2. Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» // СЗ РФ. 2009. № 7. Ст. 776.
3. Федеральный закон от 11 июля 2001 г. № 95-ФЗ «О политических партиях» // СЗ РФ. 2001. № 29. Ст. 2950; 2010. № 23. Ст. 2798.
4. Федеральный закон «О принципах и порядке разграничения предметов ведения и полномочий между органами государственной власти РФ и органов государственной власти субъектов РФ» от 6 октября 1999 г. № 184-ФЗ // Российская газета. 1999. 16 октября.
5. Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации» (с учетом изменений, внесенных 25.12.2008 и 09.02.2009).
6. Федеральный закон от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

Литература. Основная

Анохина Н.В. Влияние средств массовой информации на электоральное поведение: основные подходы // Социология, 2005, №1;

<http://vestniksamgu.ssau.ru/gum/2000web1/soci/200010701.html>

Бакулев Геннадий Петрович. Массовая коммуникация : западные теории и концепции : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 071103

"Продюсерство кино и телевидения" / Г. П. Бакулев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. :

Аспект Пресс, 2010. - 191 с. ; 21 см. - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-7567-0564-5 :

200.00. основная 10 394 0,03 <https://search.rsl.ru/ru/record/01008278243>

Реклама: язык, речь, общение [Электронный ресурс <https://znanium.com/>] : Учебное пособие. - Москва : Издательский Дом "ИНФРА-М", 2011. - 288 с. - ISBN 978-5-16-003389-1.

Бориснев Сергей Викторович Социология коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов / С. В. Бориснев. - М. : ЮНИТИ, 2003. - 269 с. : схем. - Библиогр.: с. 246-251. - ISBN 5-238-00513-X : 79.97. <https://www.bibliofond.ru/detail.aspx?id=475369>

Кирия И.В. Новикова А.А. История и теория медиа: учебник для вузов. М., ВШЭ, 2017 https://id.hse.ru/data/2016/12/08/1111908225/%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%B8%D1%8F%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82_site.pdf

Дополнительная

Научные издания: «Вестник Московского университета», «ПОЛИС», «Полития», «Политическая наука», «Федерализм», «Общественные науки и современность».

Общественно-политические печатные издания: «Российская газета», «Коммерсант», «Ведомости», «Независимая газета», «Известия».

Белонучкин Г., Михайловская Е. Политический сегмент российского Интернета, его развитие и перспективы // Интернет и российское общество. М., 2002.

Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы, М.: Вагриус, 1998;

Эко У. «От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст». Отрывки из публичной лекции в МГУ // Новое литературное обозрение. - 1998. - № 32;

Грачёв М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. http://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook_253.html

Луман Н. Рельность массмедиа. М.: Практикс, 2005. - 256с.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

«Интернет», необходимый для освоения дисциплины

1. ВЦИОМ // Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>
2. Европейское социальное исследование // Режим доступа : <http://www.ess-ru.ru/>
3. Европейское социальное исследование // Режим доступа: <http://www.ess-ru.ru/>
4. Институт социологии РАН // Режим доступа: <http://www.isras.ru/>
5. Левада-центр // Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
6. Научная библиотека РГГУ // Режим доступа: <http://liber.rsu.ru/>
7. Российский мониторинг экономического положения и состояния здоровья // Режим доступа: <http://www.hse.ru/rlms/>
8. Социологос // Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/>
9. Федеральная служба государственной статистики // Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
10. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» // Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>
11. ФОМ // Режим доступа: <http://fom.ru/>
12. ЦИРКОН // Режим доступа: <http://www.zircon.ru/>
13. European Values Study // Mode of access: <http://www.europeanvaluesstudy.eu/>
14. JStor // Режим доступа: <http://www.jstor.org>
15. SAGE Journals // Режим доступа: <http://online.sagepub.com/>
16. The International Social Survey Programme (ISSP) // Mode of access: <http://www.gesis.org/en/issp/>
17. World Values Survey // Mode of access: <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>

18. Znanium: электронная библиотечная система // Режим доступа:
<http://znanium.com>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.

1. Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г.

1.1. Web of Science

1.2. Scopus

2. Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г.

2.1. Журналы Cambridge University Press

2.2. ProQuest Dissertation & Theses Global

2.3. SAGE Journals

2.4. Журналы Taylor and Francis

3. Профессиональные полнотекстовые БД

3.1 JSTOR

3.2 Издания по общественным и гуманитарным наукам

3.3 Электронная библиотека Grebennikon.ru

4. Компьютерные справочные правовые системы

4.1 Консультант Плюс,

4.2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Фонд библиотеки РГГУ

- Компьютерный класс РГГУ

- Видеоматериалы

Для студентов должен быть обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам по социологии. Это необходимо для самостоятельной работы с источниками, подготовки к семинарам и написанию эссе.

Минимально необходимый для реализации программы перечень материально-технического обеспечения включает в себя:

- наличие аудитории с мультимедийным оборудованием;

- наличие доступного для студента выхода в Интернет.

При использовании электронных изданий университет должен обеспечить каждого обучающегося во время самостоятельной подготовки рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин. Кроме того, в процессе подготовки к занятиям, предусматривается использование отдельных видов программного обеспечения (См. Перечень).

Перечень лицензионного программного обеспечения

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
2	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
3	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
4	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
5	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
6	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
7	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
8	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
9	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы практических (семинарских) занятий. Методические указания по организации и проведению

Каждое практическое занятие дисциплины «Социология СМИ и анализ медиа» включает *устный опрос* студентов по ключевым вопросам соответствующего лекционного занятия, *обсуждение результатов домашних заданий*, консультации по теоретическим и практическим вопросам, возникшим в ходе их выполнения.

Семинарские занятия предназначены для студентов, прослушавших лекции по современным теориям коммуникации.

При подготовке к семинарам студенты должны анализировать источники и обязательную литературу по конкретным вопросам, поставленным к занятию. В случае, если материал, представленный источниками, недостаточен для ответа на вопросы, рекомендуется привлекать дополнительную литературу, указанную в списке к семинарскому занятию.

На семинарских занятиях студенты должны грамотно вести дискуссию, аргументировано излагать свое мнение в ходе защиты своей позиции.

Литература, отобранная для работы студентов на семинарах, доступна, в основном сосредоточена в научной библиотеке РГГУ, доступна в Интернете, отвечает потребностям изучения актуальных проблем социологии политики и интернет - коммуникаций; содержит зарубежные и отечественные теоретические труды.

- 1. При подготовке к семинарским занятиям используется литература, указанная в пунктах 6.1. и 6.2.**

. Основные особенности современных СМИ и Интернет-технологий в зарубежной практике политической коммуникации и связей с общественностью

Семинар 1.

Вопросы для обсуждения:

1. Правила работы специалистов PR в Интернете... Реклама в Интернете. Обмен информацией.. Использование поисковых систем. Википедия и связанные с ней проекты. «Мозговые центры» (think tanks) в WWW
2. Ведущие этические принципы
3. Основные технологии электронных паблик-релейшнз.
4. Доменная практика.
5. Социокоммуникация как научная дисциплина.

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской.

Семинар 2. Особенности функционирования электронных медиа в современной России – практика, законодательство

Вопросы для обсуждения:

1. Обзор Рунета (российский сегмент Интернета).
2. Законодательство, регулирующее Интернет
3. Борьба с интеллектуальным пиратством
4. Судебные прецеденты, связанные с пиаром в Рунете. «Черный пиар».

Контрольные вопросы:

1. Что называется правовым регулированием Интернета?
2. Что такое «черный пиар»?
3. Какие действие в Интернете называются «хакерством»? Какие факторы определяют онтологию социальной коммуникации?
4. Что такое политическая коммуникация?

Семинар 3 : Новые медиа в политической рекламе.

Вопросы для обсуждения

1. Принципы построения системы пиар-технологий политической рекламы в Интернете.
2. Этические ограничения. Зарубежный опыт.
3. Распространение информации.
4. Создание политического имиджа.
5. Заполнение контента на форумах. Привлечение сторонников и удержание политических активистов.
6. Прямой диалог политика в Интернете. Создание личной странички политического лидера. Партийный сайт.

Семинар 4 Использование СМИ в избирательных компаниях

Дополнительная литература

Научные издания: «Вестник Московского университета», «ПОЛИС», «Полития», «Политическая наука», «Федерализм», «Общественные науки и современность». Общественно-политические печатные издания: «Российская газета», «Коммерсант», «Ведомости», «Независимая газета», «Известия».

Белонучкин Г., Михайловская Е. Политический сегмент российского Интернета, его развитие и перспективы // Интернет и российское общество. М., 2002.

Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы, М.: Вагриус, 1998;

Эко У. «От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст». Отрывки из публичной лекции в МГУ // Новое литературное обозрение. - 1998. - № 32;
Грачёв М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. http://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook_253.html
Луман Н. Рельность массмедиа. М.: Праксис, 2005. - 256с.

Семинар 5 Использование СМИ в «третьем секторе» (НКО, НГО), общественных, религиозных организациях.

Вопросы для обсуждения:

1. Принципы работы сайта НКО. Их предназначение, информирование о работе организации.
2. Условия размещения информации о своей работе. Наиболее удачные примеры из зарубежного опыта.
3. Создание сайтов неформальными общественными группами.
4. Выдвижение общественных инициатив в Интернете.
5. Религиозная пропаганда в Интернете. Противодействие тоталитарным сектам и религиозному экстремизму
6. Актуальные концепции социальной коммуникации США и Западной Европы.

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской.

Семинар 6 Фандрайзинг в Интернете, использование Интернет-технологий волонтерами, благотворительность

Вопросы для обсуждения:

1. Сбор средств через использование Всемирной сети. Американский и отечественный опыт.
2. Электронные платежные системы. Защита от хакеров и злоумышленников
3. Привлечение волонтеров через Интернет. Распространение информации о нуждающихся и о вакансиях для волонтеров.
4. Специализированные сайты благотворительности в Рунете.

Семинар 7 Технологии повышения эффективности работы сайтов и привлечения внимания

Вопросы для обсуждения:

1. Повышение внимания к сайту.
2. Технологии привлечения посетителей. «Накрутка» посещаемости. Интернет-счетчики. «Зеркальные сайты». Обмен баннерами. Работа с поисковыми системами.
3. Удержание сайта в топе. Попадание в топ-новости. Специализированные фирмы по увеличению посещаемости и оптимизации работы сайтов.

Семинар 8 . : Новые медиа и классические СМИ: проблемы взаимодействия.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое «Интернет-СМИ»? Их виды, особенности функционирования.
2. Сайты традиционных масс-медиа – газет, журналов, телекомпаний и радиостанций.
3. Информационные агентства в Интернете.
4. Взаимодействие с журналистами Интернет-изданий.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к оформлению домашних заданий:

Объем работы должен составлять 4 – 6 тыс. знаков с пробелами. Специальные требования к оформлению не предъявляются: материалы могут быть представлены в свободной форме, позволяющей наиболее полно раскрыть тему задания. Работа должна быть оригинальной и содержать собственные размышления студента.

Требования к оформлению самостоятельной работы:

Объем работы должен составлять 6-10 тыс. знаков с пробелами. Специальные требования к оформлению не предъявляются: материалы могут быть представлены в свободной форме, позволяющей наиболее полно раскрыть тему задания. Работа должна быть оригинальной и содержать собственные размышления студента.

9.3 Иные материалы

Рекомендации по организации самостоятельной работы

<i>Вид работы</i>	<i>Содержание (перечень вопросов)</i>	<i>Рекомендации</i>
<i>Подготовка к лекции №1</i>	Появление ЭВМ в середине XX века. Кибернетика и Норберт Винер. Создание первых персональных компьютеров. Первые компьютерные сети. Создание World Wide Web, CERN и Тим Бернерс-Ли. Лавинообразное расширение	См. вопросы и список рекомендуемой литературы по Теме 1 в разделе «Планы практических занятий»

	Интернета в 90-е годы XX века. Первые опыты использование WWW в передаче общественной информации. Появление Интернета в России. Первые опыты пиара в РФ с помощью Сети - сайты «Коготь», «Московская альтернатива» в 1999 году. Интернет-проекты ФЭПа.	
<i>Подготовка к семинару №1</i>	Правила работы специалистов PR в Интернете. Ведущие этические принципы. Основные технологии электронных публик-релейшнз. Доменная практика. Реклама в Интернете. Обмен информацией.. Использование поисковых систем. Википедия и связанные с ней проекты. «Мозговые центры» (think tanks) в WWW	Для подготовки использовать конспект лекции №1, литературу, рекомендованную по теме 1 в «Плане практических занятий».
<i>Подготовка к лекции №2</i>	Обзор Рунета (российский сегмент Интернета). Законодательство, регулирующее Интернет. Борьба с интеллектуальным пиратством. Судебные прецеденты, связанные с пиаром в Рунете. «Черный пиар». Сайты органов госвласти. Корпоративные сайты. Наиболее известные компании, занимающиеся PR в Интернете.	См. вопросы и список рекомендуемой литературы по теме 2 в разделе «Планы практических занятий»
<i>Подготовка к семинару №2</i>	- Судебные прецеденты, связанные с пиаром в Рунете. «Черный пиар». Сайты органов госвласти. Корпоративные сайты. Наиболее известные компании, занимающиеся PR в Интернете.	Для подготовки использовать конспект лекции №2, литературу, рекомендованную по теме 2 в «Плане практических занятий».
<i>Подготовка к лекции №3</i>	Принципы построения системы пиар-технологий политической рекламы в Интернете. Этические ограничения. Зарубежный опыт. Распространение информации. Создание политического имиджа. Заполнение контента на форумах. Привлечение сторонников и удержание политических активистов. Прямой диалог политика в Интернете. Создание личной странички	См. вопросы и список рекомендуемой литературы по теме 3 в разделе «Планы практических занятий»

	политического лидера. Партийный сайт.	
<i>Подготовка к семинару №3</i>	- Принципы построения системы пиар-технологий политической рекламы в Интернете. Этические ограничения. Зарубежный опыт. Распространение информации. Создание политического имиджа. Заполнение контента на форумах. Привлечение сторонников и удержание политических активистов. Прямой диалог политика в Интернете. Создание личной странички политического лидера. Партийный сайт	Для подготовки использовать конспект лекции №3, литературу, рекомендованную по теме 3 в «Плане практических занятий».
	<i>Самостоятельная подготовка доклада</i>	См. вопросы и список рекомендуемой литературы по темам 1-3 в разделе «Планы практических занятий»
<i>Подготовка к лекции №4</i>	Правила разработки корпоративного сайта. Наполнение контента. Функционирование раздела сайта, посвященного связям с общественностью. Обратная связь с посетителями сайта. Кризис-менеджмент с помощью Интернета.	См. вопросы и список рекомендуемой литературы по теме 4 в разделе «Планы практических занятий»
<i>Подготовка к семинару №4</i>	Деловая игра	Для подготовки использовать конспект лекции №4, литературу, рекомендованную по теме 4 в «Плане практических занятий».
<i>Подготовка к лекции №5</i>	Принципы работы сайта НКО. Их предназначение, информирование о работе организации. Условия размещения информации о своей работе. Наиболее удачные примеры из зарубежного опыта. Создание сайтов неформальными общественными группами. Выдвижение общественных инициатив в Интернете. Религиозная пропаганда в Интернете. Противодействие тоталитарным сектам и религиозному экстремизму.	См. вопросы и список рекомендуемой литературы по теме 5 в разделе «Планы практических занятий»

Подготовка к семинару №5	Наиболее удачные примеры из зарубежного опыта. Создание сайтов неформальными общественными группами. Выдвижение общественных инициатив в Интернете. Религиозная пропаганда в Интернете. Противодействие тоталитарным сектам и религиозному экстремизму.	Для подготовки использовать конспект лекции №5, литературу, рекомендованную по теме 5 в «Плане практических занятий».
Подготовка к лекции №6	Виды опросов в Интернете. Политическое тестирование. Маркетинговые исследования. Правила проведения социологических исследования через WWW. Конкурсы и олимпиады в Сети. Проверка эффективности работы сайтов	См. вопросы и список рекомендуемой литературы по теме 6 в разделе «Планы практических занятий»
Подготовка к семинару №6	- Сбор средств через использование Всемирной сети. Американский и отечественный опыт. Электронные платежные системы. Защита от хакеров и злоумышленников. Привлечение волонтеров через Интернет. Распространение информации о нуждающихся и о вакансиях для волонтеров. Специализированные сайты благотворительности в Рунете.	Для подготовки использовать конспект лекции №6, литературу, рекомендованную по теме 56 в «Плане практических занятий».
<i>Подготовка к контрольной работе</i>		
Подготовка к лекции №7	Понятие блога. Ведение корпоративного блога – создание, подбор площадки, наполнение контента. Работа с ЖЖ-сообществами. Ведение личного блога политического, общественного деятеля. Блоги пиарщиков, консультантов. Коммерческое использование блогов. Понятие социальных сетей. Использование социальных сетей для продвижения необходимого контента. Сообщества в социальных сетях. Обзор и особенности российского сегмента социальных сетей	См. вопросы и список рекомендуемой литературы по теме 7 в разделе «Планы практических занятий»
Подготовка к	Повышение внимания к сайту. Технологии привлечения посетителей.	

семинару 7	«Накрутка» посещаемости. Интернет-счетчики. «Зеркальные сайты». Обмен баннерами. Работа с поисковыми системами. Удержание сайта в топе. Попадание в топ-новости. Специализированные фирмы по увеличению посещаемости и оптимизации работы сайтов.	
Подготовка к семинару №8	- Что такое «Интернет-СМИ»? Их виды, особенности функционирования. Сайты традиционных масс-медиа – газет, журналов, телекомпаний и радиостанций. Информационные агентства в Интернете. Взаимодействие с журналистами Интернет-изданий.	Для подготовки использовать конспект лекции №7, литературу, рекомендованную по теме 7 в «Плане практических занятий».
	-	
Подготовка к лекции №9	Массовая коммуникация (прагматический аспект). Моделирование массовой коммуникации. Факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации (СМК) в прагматическом аспекте. Социопсихологические, информационные и коммуникативные факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации.	См. вопросы и список рекомендуемой литературы по теме 9 в разделе «Планы практических занятий»
Подготовка к семинару №9	- Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений. - Массовая коммуникация и реклама. - Массовая коммуникация и речевая деятельность. Прикладные задачи социологии коммуникации.	Для подготовки использовать конспект лекции №9, литературу, рекомендованную по теме 9 в «Плане практических занятий».
	<i>Подготовка к тестированию</i>	См. вопросы и список рекомендуемой литературы по темам 7-9 в разделе «Планы практических

		занятий»
--	--	----------

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина

«Социология СМИ и анализ медиа» является курсом по выбору профессионального цикла дисциплин по направлению подготовки бакалавров, обучающихся на социологическом факультете РГГУ по направлению № 39.03.01.Социология. Курс читается преподавателями кафедры политической социологии и социальных технологий социологического факультета РГГУ.

Цели и задачи дисциплины:

Основная цель освоения дисциплины: «Социология СМИ и анализ медиа» выявить особенности функционирования СМИ в глобальном обществе .

Задачи дисциплины:

- 1) рассмотреть основные этапы привлечения СМИ и Интернета для достижения политических целей в России; 2) выявить преимущества использования сети в политической сфере общества; 3) рассмотреть формы политического участия российских граждан посредством Интернет-технологий; 4) проанализировать латентные функции политической Интернет-коммуникации.

Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:

- ПК-2: способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- ПКУ-1: способность самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий.

Требования к результатам обучения.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- содержание изложенных в курсе социологических и методологических концепций;
- особенности Интернет - технологий как пространства политической коммуникации в современном российском обществе;
- основные принципы обобщения и анализа информации, эффективной постановки цели и оптимального ее достижения;

Уметь:

- применять методы и технологии работы с различными целевыми аудиториями в сфере интернет-коммуникаций;

-анализировать данные, в том числе данных социологических исследований, применять знание методов и теоретических оснований социальных наук при осуществлении подготовки программ, рекомендаций и решений поставленных задач ;
-подготовить эссе с элементами анализа профессиональных навыков героев фильма на профессиональную тематику;

- исследовать особенности социальной коммуникации разных социокультурных общностей, используя адекватные социологические методы.

- оценивать практические возможности PR- методов в Интернете.

Владеть:

- понятийным аппаратом дисциплины;
- техниками анализа и интерпретации материала.

Учебная работа студентов проводится в виде лекций, семинарских занятий, различных форм самостоятельной работы. При этом лекция и семинар не дублируются, а взаимно дополняют друг друга, поскольку многие вопросы учебного курса не будут рассматриваться на лекциях.

Индивидуальные домашние задания связаны не только с анализом литературы, но и с анализом данных, имеющих в свободном доступе в архиве социологических данных.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме посещения лекций, работы на семинарских занятиях, проверки конспектов источников, подготовки учебно-исследовательских проектов, а также итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	Приложение №1	31.08.2020г	№1

Автор-составитель

А.А.Хохлов

(личная подпись)

Приложение к листу изменений №1

1. Структура дисциплины (к п. 2 РПД на 2020)**Структура дисциплины (модуля) для очной формы обучения.**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 76 часа, в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 42 часов аудиторной нагрузки (16 часов лекций, 26 часов семинаров), 34 часов – самостоятельной работы. Форма итогового контроля – зачет.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная				Промежуточная аттестация	Самостоятельная работа	
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия			
1.	История возникновения СМИ и журналистики	8	2	2				5	Оценка выполнения практических заданий (реферирование статей, готовность к дискуссии)
2.	Основные особенности анализа медиа в зарубежной практике	8	4	4				5	Оценка выполнения практических заданий. Диагностика тем выбранных проектов
3.	Особенности функционирования СМИ и Интернета в современной России – практика, законодательство	8	2	4				5	Оценка выполнения практических заданий. Презентация выступления
4.	Ценностный анализ публичной сферы в интернете («медийное» поведение и общественно-политические настроения). Прогрессивная публика.	8	2	4				5	Оценка выполнения практических заданий. Презентация выступления
5.	Основные коммуникационные приемы ведения политических дискуссий в СМИ и социальных сетях. Интернет как	8	2	4				5	Оценка выполнения практических заданий

	сфера массовой коммуникации.								
6.	Репрезентация политических позиций в сети. Новые медиа и цифровая политическая идентичность .	8	2	4				5	Оценка выполнения практических заданий
7.	Основные особенности социологии СМИ и анализа медиа в зарубежной практике	8	2	4				4	Презентации эссе и защита эссе или отчетов включенного наблюдения по итогам выездного семинара
	Итого:		16	26				34	76

Структура дисциплины (модуля) для очно-заочной формы обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 76 часа, в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 16 часов аудиторной нагрузки (6 часов лекций, 10 часов семинаров), 60 часов – самостоятельной работы. Форма итогового контроля – зачет.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Промежуточная аттестация	Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная							
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия				
1.	История возникновения СМИ и журналистики	9		2				8	Оценка выполнения практических заданий (реферирование статей, готовность к дискуссии)	
2.	Основные особенности анализа медиа в зарубежной практике	9		2				8	Оценка выполнения практических заданий. Диагностика тем выбранных проектов	
3.	Особенности	9		2				8	Оценка	

	функционирования СМИ и Интернета в современной России – практика, законодательство								выполнения практических заданий. Презентация выступления
4.	Ценностный анализ публичной сферы в интернете («медийное» поведение и общественно- политические настроения). Прогрессивная публика.	9	2					8	Оценка выполнения практических заданий. Презентация выступления
5.	Основные коммуникационные приемы ведения политических дискуссий в СМИ и социальных сетях. Интернет как сфера массовой коммуникации.	9	2					8	Оценка выполнения практических заданий
6.	Репрезентация политических позиций в сети. Новые медиа и цифровая политическая идентичность .	9	2					8	Оценка выполнения практических заданий
7.	Основные особенности социологии СМИ и анализа медиа в зарубежной практике	9		4				12	Презентации эссе и защита эссе или отчетов включенного наблюдения по итогам выездного семинара
	Итого:		6	10				60	76

Структура дисциплины (модуля) для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 76 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 8 часов аудиторной нагрузки , 68 часа – самостоятельной работы. Форма итогового контроля - зачет

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Курс	Виды учебной работы (в часах)			Формы текущего контроля
			Контактная	П	С	

			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия			успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
1.	История возникновения Интернета и его применения в PR	4	2					23	Оценка выполнения практических заданий (реферирование статей, готовность к дискуссии)
2.	Особенности функционирования СМИ и применения Интернета в современной России – практика, законодательство	4	1	1				19	Оценка выполнения практических заданий. Диагностика тем выбранных проектов
3.	Репрезентация политических позиций в сети. Новые медиа и цифровая политическая идентичность	4	1	1				11	Оценка выполнения практических заданий. Презентация выступления
4.	Основные коммуникационные приемы ведения политических дискуссий в сети. Интернет как сфера массовой коммуникации.	4		2				19	Презентации эссе и защита эссе или отчетов включенного наблюдения по итогам выездного семинара
	итого:		4	4				68	76

2. Образовательные технологии (к п.4 на 2020 г.)

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

3. Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)

1. Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г.
 - 1.1. Web of Science
 - 1.2. Scopus
2. Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г.
 - 2.1. Журналы Cambridge University Press
 - 2.2. ProQuest Dissertation & Theses Global
 - 2.3. SAGE Journals
 - 2.4. Журналы Taylor and Francis
3. Профессиональные полнотекстовые БД
 - 3.1 JSTOR
 - 3.2 Издания по общественным и гуманитарным наукам
 - 3.3 Электронная библиотека Grebennikov.ru
4. Компьютерные справочные правовые системы
 - 4.1 Консультант Плюс,
 - 4.2. Гарант

4. Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)

Перечень лицензионного программного обеспечения

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое

5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное