

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП

Т.А. Тризно
«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
журналистики и медиакоммуникаций

Г.С. Белолипская
«04» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Составитель	Лазуткина Е.В., к. филол. н., доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций
Согласовано с работодателями:	Линько М.О., директор маркетингового агентства «Микс» Михайлова О.В., генеральный директор ООО «Радиосеть», председатель АРО «Союз журналистов России»
Направление подготовки	42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль) ОПОП	
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	очная, заочная
Год приема	2024
Курс	3
Семестр	5

Астрахань – 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. **Целью** освоения дисциплины (модуля) «Социология массовых коммуникаций» является изучение студентами функционирования института СМК в современном социуме, социологических методов исследования коммуникационной деятельности, формирование системного комплекса знаний по данному направлению обучения.

1.2. **Задачи** освоения дисциплины (модуля):

- изучение основных теорий и представлений о функционировании массовой коммуникации в современном обществе;
- выработка системного комплекса знаний о функционировании в современном обществе информационной индустрии как социального института;
- формирование представления о массовых коммуникациях как социальном институте;
- применение социологического подхода к деятельности СМК как системы реально функционирующей в широком социальном контексте, включающем исторические модели организации СМК в национальных границах;
- знакомство с социологическими методами мониторинга качественных и количественных характеристик основных звеньев коммуникативной цепи;
- изучение релевантности между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и деятельностью в сфере связей с общественностью;
- рассмотрение места социологических исследований СМК в процессе принятия решения в сфере деятельности по связям с общественностью;
- изучение влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Социология массовых коммуникаций» относится к обязательной части и осваивается в 5 семестре.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, формируемые сопутствующими дисциплинами:

– *«Основы проектной деятельности»*

Знания: основные технологии, инструменты, методы, применяемые в медиапроектировании; различные виды и типы инструментов;

Умения: применять полученные знания в профессиональной и практической деятельности, понимать, каким образом конструируются инструменты медиапроектирования;

Навыки: выбора инструментов, подстройки медиапроектов к особенностям медиасистемы, в которой они функционируют.

– *«Основы теории массовой коммуникации»*

Знания: основы теории коммуникации как акта общения, состоящего в обмене сообщениями с целью достижения определенного эффекта; коммуникации как вида деятельности с определенными методами и навыками достижения планируемого эффекта; действующие в этом процессе барьеры и факторы организации эффективной коммуникации; взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства; основные точки напряжения, асоциальные эффекты социальной коммуникации, способы снятия конфликтов и её гуманизации.

Умения: соотносить теоретические схемы изучения коммуникации с практикой мировой культуры; прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса, использовать полученные знания для подготовки текстов, отвечающих данным критериям.

Навыки: навыками анализа практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью, а также гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации.

– «Введение в профессию»

Знания: истоки, сущность и специфику журналистской профессии, важнейшие социальные роли журналиста, особенности необходимых личностных и профессиональных качеств, основные принципы культуры умственной деятельности, приемы активизации мыслительных процессов (развития наблюдательности, памяти, мышления), формы и способы учебной деятельности.

Умения: базироваться на этих знаниях в своей учебной и профессиональной работе.

Навыки: владеть способами активизации умственных процессов, навыками учебной работы в различных формах (на семинарах, в ходе лабораторно-практических занятий и т.п.), изучения литературы, конспектирования, оформления библиографии, подготовки письменных работ.

2.3. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть также востребованы при прохождении производственной практики, при подготовке научно-исследовательских и творческих работ.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО и ОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

а) универсальных компетенций (УК): –

б) общепрофессиональных компетенций (ОПК):

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

в) профессиональных компетенций (ПК): -

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ОПК-2	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.	-систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.	-применять полученные знания в своей профессиональной деятельности. -соблюдать принцип объективности в	-навыками применения знаний о системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
	ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых журналистских текстах (или) медиапродуктах, и (или) медиапроектах, и (или) текстах рекламы и связей с общественностью, и (или) иных коммуникационных продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.	- суть принципа объективности в медиатекстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов	создаваемых медиатекстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов	тенденциях развития в своей профессиональной деятельности - навыками объективной медиадеятельности при освещении работы общественных и государственных институтов
ОПК-4	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп. ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) медиапродуктов, и (или) медиапроектов, и (или) текстов рекламы и связей с общественностью, и (или) иных коммуникационных продуктов	- потребности общества и отдельных аудиторных групп в соотношении с социологическими данными - основные характеристики целевой аудитории при создании медиатекстов и (или) продуктов	- интерпретировать социологические данные о потребностях общества и отдельных аудиторных групп в рамках своей профессиональной деятельности - учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиатекстов и (или) продуктов	- навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты и медиапродукты - навыками объективного восприятия запросов и потребностей общества и целевой аудитории в своей профессиональной деятельности

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной форм обучения приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	3	3
Объем дисциплины в академических часах	108	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	40,25	12,25
- занятия лекционного типа	18	4
- занятия семинарского типа (семинары, практические)	18	4
- в ходе подготовки и защиты курсовой работы	2	2
- консультация (предэкзаменационная)	2	2
- промежуточная аттестация по дисциплине	0,25	0,25
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	67,75	95,75
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)	Экзамен - семестр 5	Экзамен - семестр 5

Таблица 2. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Социология массовых коммуникаций в системе социологии. Теоретическая основа социологии массовых коммуникаций. Методология и методика социологических исследований. Социологическое исследование коммуникатора. Социологическое исследование аудитории. Социологическое исследование медиатекста.

для очной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	В т.ч. ПП	ПЗ	В т.ч. ПП	ЛР	В т.ч. ПП				
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации	2		2					8	12	Устный опрос, семинар

Тема 2. Методология и методика социологических исследований	2		2					8	12		
Тема 3. Аудитория и эффекты медиа	2		2					8	12	Устный опрос, семинар	
Тема 4. Социологическое исследование коммуникатора массовых коммуникаций	2		2					8	12		
Тема 5. Социология медиапотребления	2		2					8	12		
Тема 6. Социокультурные аспекты рекламных коммуникаций	2		2					8	12	Устный опрос, семинар	
Тема 7. Социология глобальной и локальной культуры в массовых коммуникациях	2		2					8	12	Устный опрос, семинар	
Тема 8. Социология эмоций в контексте массовых коммуникаций	2		2					8	12	Устный опрос, семинар	
Тема 9. Социология новых медиа и цифровых коммуникаций	2		2				2	3,75	9,75	Устный опрос, семинар	
Консультации										2	
Контроль промежуточной аттестации										0,25	Экзамен
ИТОГО за семестр:	18		18				2	67,75	108		

для заочной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости и, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	В т.ч. ПП	ПЗ	В т.ч. ПП	ЛР	В т.ч. ПП				
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации	2							10	12	Устный опрос, семинар
Тема 2. Методология и методика социологических исследований	2							10	12	Устный опрос, семинар
Тема 3. Аудитория и эффекты медиа			2					10	12	Устный опрос, семинар
Тема 4. Социологическое исследование коммуникатора массовых коммуникаций			2					10	12	Устный опрос, семинар
Тема 5. Социология медиапотребления								12	12	Устный опрос, семинар

Тема 6. Социокультурные аспекты рекламных коммуникаций								12	12	Устный опрос, семинар	
Тема 7. Социология глобальной и локальной культуры в массовых коммуникациях								12	12	Устный опрос, семинар	
Тема 8. Социология эмоций в контексте массовых коммуникаций							2	10	12	Устный опрос, семинар	
Тема 9. Социология новых медиа и цифровых коммуникаций								9,75	9,75	Устный опрос, семинар	
Консультации										2	
Контроль промежуточной аттестации										0,25	Экзамен
ИТОГО за семестр:	4		4				2	95,75	108		

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; ПП – практическая подготовка; КР / КП – курсовая работа / курсовой проект; СР – самостоятельная работа.

Таблица 3. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции			Общее количество компетенций
		ОПК-4	ОПК-7		
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации	12	+	+		2
Тема 2. Методология и методика социологических исследований	12	+	+		2
Тема 3. Аудитория и эффекты медиа	12	+	+		2
Тема 4. Социологическое исследование коммуникатора массовых коммуникаций	12	+	+		2
Тема 5. Социология медиапотребления	12	+	+		2
Тема 6. Социокультурные аспекты рекламных коммуникаций	12	+	+		2
Тема 7. Социология глобальной и локальной культуры в массовых коммуникациях	12	+	+		2
Тема 8. Социология эмоций в контексте массовых коммуникаций	12	+	+		2
Тема 9. Социология новых медиа и цифровых коммуникаций	9,75	+	+		2
Курсовая работа	2	+	+		2
Консультации	2	+	+		2
Контроль промежуточной аттестации	0,25	+	+		2
Итого	108	+	+		2

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации

Основные понятия и категории социологии массовых коммуникаций
Историческое развитие исследований массовой коммуникации
Основные теоретические подходы
Взаимосвязь массовой коммуникации и социальных институтов
Современные вызовы и тенденции в изучении массовых коммуникаций

Тема 2. Методология и методика социологических исследований

Качественные и количественные методы исследования массовых коммуникаций
Методы изучения медиатекста
Контент-анализ как инструмент изучения медиатекстов
Методы опроса и интервьюирования аудитории
Этические аспекты социологических исследований в сфере медиа

Тема 3. Аудитория и эффекты медиа

Теории медиавоздействия
Социально-демографические характеристики медиааудитории
Психологические факторы восприятия медиаконтента
Модели взаимодействия аудитории с медиа
Эффекты массовой коммуникации

Тема 4. Социологическое исследование коммуникатора массовых коммуникаций

Профессиональные роли и статусы коммуникаторов в медиаиндустрии
Влияние личных ценностей и убеждений на профессиональную деятельность
Институциональные ограничения и редакционная политика
Трансформация роли коммуникатора в цифровую эпоху
Этика и ответственность коммуникаторов в массмедиа

Тема 5. Социология медиапотребления

Социальные практики потребления медиаконтента
Факторы, влияющие на выбор медиаплатформ и контента
Цифровые медиа и новые формы медиапотребления
Трансформация моделей медиапотребления
Социальное неравенство в доступе к медиаресурсам
Культурные различия в моделях медиапотребления
Активные практики потребления

Тема 6. Социокультурные аспекты рекламных коммуникаций

Реклама как элемент массовой культуры
Гендерные и этнические стереотипы в рекламе
Влияние рекламы на формирование потребительских ценностей
Кросс-культурные различия в восприятии рекламных сообщений
Социальная ответственность и этика в рекламе

Тема 7. Социология глобальной и локальной культуры в массовых коммуникациях

Глобализация культурных потоков
Локализация контента: адаптация к национальным культурам
Транснациональные медиакорпорации и их влияние на локальные рынки
Гибридные культурные формы в медиaprостранстве
Сохранение культурной идентичности в условиях глобализации

Тема 8. Социология эмоций в контексте массовых коммуникаций

Роль эмоций в восприятии медиаконтента

Эмоциональные стратегии в рекламе и PR

Социальные медиа как пространство эмоционального взаимодействия

Культурные различия в выражении и восприятии эмоций

Манипуляция эмоциями в коммерческой коммуникации

Тема 9. Социология новых медиа и цифровых коммуникаций

Особенности цифровых медиа как социального института

Социальные сети и новые формы коммуникации

Влияние алгоритмов на потребление контента

Цифровое неравенство и проблемы доступа

Будущее массовых коммуникаций в условиях цифровизации

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

При подготовке к лекции, семинарским занятиям, выполнение самостоятельных работ необходимо воспользоваться системой «Электронное образование»:

<https://moodle.asu.edu.ru/course/view.php?id=832>

Студенты могут работать с текстами лекций и практических занятий в электронном виде, т.к. они расположены в LMS Moodle «Электронное образование» на сайте АГУ.

Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к вопросам семинарских занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. При подготовке к практическому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации.

Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, принимать участие в выполнении практических заданий.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важной формой организации учебного процесса: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

К зачету, экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по дисциплине.

В самом начале учебного курса студенту следует познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине;
- перечнем вопросов к зачету, экзамену.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях, семинарских занятиях и в процессе самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета, экзамена.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Самостоятельная работа студентов представлена в следующих формах: подготовка к собеседованию.

**Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся
для очной формы обучения**

<i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы работы</i>
<i>Тема 1. Эволюция теорий массовой коммуникации. Массовая коммуникация как социальный институт. Ключевые понятия: публичная сфера, медиатизация. Анализ кейсов из современной медиапрактики.</i>	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 2. Сравнительный анализ контент-анализа и дискурс-анализа. Экспериментальные методы исследования медиаэффектов. Проблемы валидности и надежности в медиаисследованиях. Анализ кейсов из современной медиапрактики.</i>	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 3. Теория культивации. Возрастные особенности медиапотребления. Эффект третьего лица. Анализ кейсов из современной медиапрактики.</i>	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 4. Кризис доверия к институциональным коммуникаторам. Профессиональные деформации медиаспециалистов. Преимущества и проблемы алгоритмического подхода в медиа. Анализ кейсов из современной медиапрактики.</i>	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 5. Ритуалы медиапотребления. Эффект «second screen». Цифровой детокс как социальный феномен. Социальные различия в моделях медиапотребления. Анализ кейсов из современной медиапрактики.</i>	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 6. Национальные особенности юмора в рекламе. Детская реклама: формирование потребительских установок. Анализ кейсов из современной медиапрактики.</i>	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 7. Защита культурного суверенитета: регулирование иностранного контента. Мемы как язык глобальной коммуникации. Стратегии адаптации регионального контента. Анализ кейсов из современной медиапрактики.</i>	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 8. Виральный контент. Эмоциональное выгорание от новостного цикла. Эмодзи как</i>	8	Подготовка к собеседованию

новый язык эмоциональной коммуникации. Анализ кейсов из современной медиапрактики.		
<i>Тема 9.</i> Коммуникационный потенциал метавселенных. Эффект "пузыря фильтров" в социальных сетях. Мессенджеры как новая сфера коммуникации. Анализ кейсов из современной медиапрактики.	3,75	Подготовка к собеседованию

для заочной формы обучения

<i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы работы</i>
<i>Тема 1.</i> Эволюция теорий массовой коммуникации. Массовая коммуникация как социальный институт. Ключевые понятия: публичная сфера, медиатизация. Анализ кейсов из современной медиапрактики.	10	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 2.</i> Сравнительный анализ контент-анализа и дискурс-анализа. Экспериментальные методы исследования медиаэффектов. Проблемы валидности и надежности в медиаисследованиях. Анализ кейсов из современной медиапрактики.	10	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 3.</i> Теория культивации. Возрастные особенности медиапотребления. Эффект третьего лица. Анализ кейсов из современной медиапрактики.	10	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 4.</i> Кризис доверия к институциональным коммуникаторам. Профессиональные деформации медиаспециалистов. Преимущества и проблемы алгоритмического подхода в медиа. Анализ кейсов из современной медиапрактики.	10	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 5.</i> Ритуалы медиапотребления. Эффект «second screen». Цифровой детокс как социальный феномен. Социальные различия в моделях медиапотребления. Анализ кейсов из современной медиапрактики.	12	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 6.</i> Национальные особенности юмора в рекламе. Детская реклама: формирование потребительских установок. Скандальные рекламные кампании как социальное явление. Анализ кейсов из современной медиапрактики.	12	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 7.</i> Защита культурного суверенитета: регулирование иностранного контента. Мемы как язык глобальной коммуникации. Стратегии адаптации регионального контента. Анализ кейсов из современной медиапрактики.	12	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 8.</i> Вирусный контент. Эмоциональное выгорание от новостного цикла. Эмодзи как новый язык эмоциональной коммуникации. Анализ кейсов из современной медиапрактики.	10	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 9.</i> Коммуникационный потенциал метавселенных. Эффект "пузыря фильтров" в социальных сетях. Мессенджеры как новая сфера	9,75	Подготовка к собеседованию

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Методические рекомендации по выполнению практических заданий

Практические (творческие) задания как форма самостоятельной работы, представляют подготовку самостоятельного развернутого ответа по конкретной теме или вопросу. Задания преподаватель предлагает специально для каждой группы, с учетом профиля, по которому группа специализируется и потенциала группы. В ходе выполнения творческих заданий студенты работают индивидуально и в группах, что способствует развитию, как личной творческой инициативы, так и умению работать в команде. Таким образом, развитие и формирование компетенций в курсе будет способствовать эффективности профессиональной деятельности.

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ, проведению экзамена

Контрольные работы

Контрольная работа состоит из 2-х заданий. Основаниями для снижения оценки за задание являются:

- ошибки в объяснениях и комментариях при верно выполненном задании;
- неполный ответ для теоретических заданий;
- небрежное выполнение;
- многократное переписывание контрольной работы.

Задание не может быть засчитано, если:

- даны два неверных ответа на теоретические вопросы.

Проведение экзамена

Оценивание студентов на экзамене осуществляется в соответствии с требованиями и критериями 100-балльной шкалы. Учитываются как результаты текущего контроля, так и знания, навыки и умения, непосредственно показанные студентами в ходе экзамена.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных, тематических контрольных работ. Он предусматривает проверку готовности студентов к плановым занятиям, оценку качества и самостоятельности выполнения заданий на лабораторных занятиях, проверку правильности выполнения заданий, выданных на самостоятельную проработку.

На экзамене осуществляется комплексная проверка знаний, навыков и умений студентов по всему теоретическому материалу дисциплины и с проверкой практических навыков и умений. Теоретические знания оцениваются путем компьютерного тестирования или на основании письменных ответов студентов по нескольким теоретическим вопросам.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров в рамках изучения дисциплины предусмотрено использование в учебном процессе следующих активных и интерактивных форм проведения занятий.

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 2. Методология и методика социологических исследований	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 3. Аудитория и эффекты медиа	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 4. Социологическое исследование коммуникатора массовых коммуникаций	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 5. Социология медиапотребления	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 6. Социокультурные аспекты рекламных коммуникаций	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 7. Социология глобальной и локальной культуры в массовых коммуникациях	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 8. Социология эмоций в контексте массовых коммуникаций	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 9. Социология новых медиа и цифровых коммуникаций	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

1. Браузер – Google Chrome, Opera,

2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,
4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.
5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>
2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств

Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации	ОПК-2, ОПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Методология и методика социологических исследований	ОПК-2, ОПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Аудитория и эффекты медиа	ОПК-2, ОПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Социологическое исследование коммуникатора массовых коммуникаций	ОПК-2, ОПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Социология медиапотребления	ОПК-2, ОПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 6. Социокультурные аспекты рекламных коммуникаций	ОПК-2, ОПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 7. Социология глобальной и локальной культуры в массовых коммуникациях	ОПК-2, ОПК-4	Устный опрос, практическое задание

Тема 8. Социология эмоций в контексте массовых коммуникаций	ОПК-2, ОПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 9. Социология новых медиа и цифровых коммуникаций	ОПК-2, ОПК-4	Устный опрос, практическое задание

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7.
Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8.
Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Анализ кейсов из современной медиапрактики

Тема 2. Методология и методика социологических исследований

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Анализ кейсов из современной медиапрактики

Тема 3. Аудитория и эффекты медиа

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Анализ кейсов из современной медиапрактики

Тема 4. Социологическое исследование коммуникатора массовых коммуникаций

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Анализ кейсов из современной медиапрактики

Тема 5. Социология медиапотребления

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Анализ кейсов из современной медиапрактики

Тема 6. Социокультурные аспекты рекламных коммуникаций

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Анализ кейсов из современной медиапрактики

Тема 7. Социология глобальной и локальной культуры в массовых коммуникациях

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Анализ кейсов из современной медиапрактики

Тема 8. Социология эмоций в контексте массовых коммуникаций

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Анализ кейсов из современной медиапрактики

Тема 9. Социология новых медиа и цифровых коммуникаций

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Анализ кейсов из современной медиапрактики

Темы контрольных работ

1. Проведение контент-анализа новостных публикаций на одну тему в разных СМИ
2. Разработка схемы исследования для проверки гипотезы (свободный выбор)

Преподаватель, реализующий дисциплину (модуль), в зависимости от уровня подготовленности обучающихся может использовать иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

Примерные темы курсовых работ

1. Аудитория и эффекты массовой коммуникации
2. Виды невербальной коммуникации и специфика невербального воздействия
3. Диалог как коммуникативная стратегия. Барьеры коммуникации
4. Ж. Бодрийяр о специфике коммуникативных процессов в современном мире
5. Игровые формы коммуникации: история и современная культура
6. Интерактивность в массовых коммуникациях
7. Коммуникативные конфликты и способы их разрешения
8. Коммуникативные теории инноваций
9. Концепции эффектов массовой коммуникации
10. Концепция Э.Ноэле-Нойман «Спираль молчания» и теория стереотипов У. Липпмана в практике средств массовой коммуникации
11. Концепция культурных индустрий и современные масс-медиа
12. Критические теории массовой коммуникации
13. Массовая коммуникация в концепциях М. Маклюэна
14. Методология анализа мифа по Барту как инструмент анализа материалов массовой коммуникации.
15. Основные механизмы формирования общественного мнения с помощью средств массовой коммуникации
16. Понятие языковой игры и дискурса и их роли в коммуникативных процессах
17. Проблема понимания в современных массовых коммуникациях
18. Семантический шум коммуникации
19. Тексты массовой коммуникации как структуры повествования
20. Телевизионная аудитория и эффекты массовой коммуникации
21. Телевизионные новости в контексте глобализации
22. Теория толпы в исследованиях массовых коммуникаций
23. Интерактивность в массовых коммуникациях
24. Этнические стереотипы и предрассудки в межкультурной коммуникации

Примерные вопросы к экзамену

1. Алгоритмическая селекция информационных потоков в цифровой сред.
2. Влияние институциональных факторов на контент-стратегии СМИ.
3. Возможности и ограничения контент-анализа в изучении массовых коммуникаций.
4. Диалектика глобального и локального в медиaprостранстве.
5. Концепция "спирали молчания" в условиях цифровых коммуникаций.
6. Культурно-идеологическая экспансия в условиях медиаглобализации.
7. Методологические проблемы измерения медиавоздействия.
8. Методология структурного анализа медиатекстов в рекламных коммуникациях.

9. Механизмы диффузии информации в двухступенчатой модели коммуникационного процесса.
10. Основные функции массовой коммуникации как социального института.
11. Профессиональные деформации в деятельности медиакommunikаторов.
12. Современные модификации теории культивации в цифровой среде.
13. Социальные последствия фрагментации медиааудитории.
14. Социальные функции блогеров как новых акторов медиапространства.
15. Специфика применения дискурс-анализа в исследованиях медиатекстов.
16. Сравнительный анализ количественных и качественных методов исследования медиа.
17. Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций в социологии.
18. Трансформация профессиональных стандартов журналистики в цифровую эпоху.
19. Факторы, определяющие избирательность медиапотребления.
20. Эволюция методологических подходов к изучению массовых коммуникаций.
21. Этические аспекты проведения медиаисследований.

Таблица 9.
Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
Код и наименование проверяемой компетенции ОПК-2				
	Задание закрытого типа	Под массовой коммуникацией традиционно понимается 1) процесс передачи или распределения информации или других форм символического содержания обширной, разнородной и географически рассеянной аудитории 2) взаимодействие больших по численности групп людей в условиях противоборства 3) процесс передачи информации внутри группы людей	1	3
2		Целью массовых коммуникаций не является: 1) предписание членам общества их места в жизни, соответственно их месту рождения 2) социализация новых членов общества, побуждение их к выполнению ролей и соблюдению норм и обычаев	1	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		3) представление развлечений членам общества для отключения их внимания от забот и неудовлетворенностью жизнью		
3		Одной из особенностей общения в условиях массовой коммуникации является... 1) непосредственность общения 2) опосредованность общения 3) свобода общения	2	3
4		Для общения в условиях массовой коммуникации характерна... обратная связь. 1) отсроченная. 2) латентная 3) косвенная	1	3
5		К видам внимания не относится.... 1) произвольное 2) произвольное 3) глубокое	3	3
1.	Задание открытого типа	Как может быть определена регулирующая функция средств массовой коммуникации	Координация подсистем общества	2
2.		Как может быть определена форма управления коммуникационной деятельности в обществе	Целенаправленное воздействие коммуникатора на получателя информации	2
3.		По какому критерию коммуникация классифицируется на межличностную, групповую и массовую	По составу участников	2
4.		Каков основной недостаток модели коммуникационного процесса, предложенной Г. Лассуэллом?	Она монологична, не учитывает «обратной связи»	2
5.		Средство коммуникации – это...	Способ кодирования сообщений	2
Код и наименование проверяемой компетенции ОПК-4				
1	Задание закрытого типа	Автором термина «стереотип» являлся... 1) У. Липпман	1	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		2) З. Фрейд 3) К. Юнг		
2		Термин «катарсис» был введён... 1) Платоном 2) Аристотелем 3) Цицероном	2	3
3		Концепция Э. Ноэль-Нойман 1) «усталость сострадать» 2) «спираль молчания» 3) «магическая пуля»	2	3
4		Базовая модель Г.Лассуэлла описывает коммуникацию как 1) двусторонний линейный процесс 2) замкнутый циркулярный процесс 3) однонаправленный линейный процесс	3	3
5		Кому из исследователей принадлежит понятие «глобальная деревня»: 1) Дж. Мейровиц 2) П. Кобли 3) М. Маклюэн	3	3
1.	Задание открытого типа	Механистический подход к коммуникации подразумевает...	Однонаправленный процесс кодирования и передачи информации от источника и приема информации получателем сообщения	2
2.		Деятельностный подход к коммуникации – это...	Совместная деятельность участников коммуникации, в ходе которой вырабатывается общий взгляд на вещи и действия с ними	2
3.		Передача в процессе коммуникации ценностей и норм деятельности – это...	Аксиологический аспект коммуникации	2
4.		Коммуникатор – это	Субъект коммуникации	2
5.		Адресат – это...	Субъект коммуникации	2
1.	Задание закрытого типа	Модель двухступенчатого потока коммуникации Лазерсфельда предусматривает: 1) два этапа влияния информации – от СМИ к лидеру общественного мнения и от лидера общественного мнения к «человеку с улицы»;	1	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		2) два этапа воздействия от личности к личности; 3) два этапа влияния – от СМИ к людям.		
2.		К психологическим механизмам восприятия медиа не относят: 1) страх 2) идентификация 3) эффект эмоционального заражения	1	3
3.		Авторами концепции «установления повестки дня» являются: 1) Г. Лассуэлл и К.Ховланд. 2) М. Маккомбс и Д. Шоу 3) У. Шрамм и А. Бандура	2	3
4.		Исключите из перечня лишние элементы цепи массовой коммуникации: 1) источник 2) сообщение 3) текст	3	3
5.		К планируемым СМИ коммуникативным ситуациям не относятся 1) контекст публикации 2) предполагаемый психологический эффект 3) формы межличностных отношений между участниками	3	3
1.	Задание открытого типа	С точки зрения теории коммуникации люди, на суждения которых ориентируется их постоянное окружение – это ...	Лидеры мнения	2
2.		Понятие «обратная связь» было введено...	В кибернетической модели коммуникации	2
3.		Приведите примеры единиц невербальной коммуникации	Касания, похлопывания, подмигивания, поцелуй, улыбка, смех, рукопожатие, объятие, поцелуй	2
4.		Отличительные коммуникативные особенности диады	Субъективность, взаимные чувства и пристрастия как основа ее существования, эквивалентность коммуникационного обмена	2
5.		К какому виду коммуникации относятся слухи	К неформальной коммуникации в организации	2

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля), и в Центре мониторинга и аудита качества обучения.

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

Контроль и отчётность по дисциплине осуществляется в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки знаний и умений студентов. Аттестация студентов осуществляется также в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе АГУ. Если промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 40 баллов, экзамен – 50 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций). Если промежуточная аттестация проводится в форме зачета, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 90 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций).

В течение всего учебного года студентам нужно активно работать на практических занятиях, выполнять все задания, включая задания для самостоятельной работы, выполнять рейтинговые контрольные работы. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех предусмотренных учебной программой видов текущего контроля.

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

Экзамен				
№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Основной блок				
1.	Устные ответы	9/2	18	По расписанию
2.	Практические задания	11/2	22	По расписанию
Всего			40	

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Блок бонусов				
1.	Посещение занятий		5	По расписанию
2.	Своевременное выполнение всех заданий		5	По расписанию
Всего			10	
Дополнительный блок				
8.	Экзамен		50	
Всего			50	
ИТОГО			100	

Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-1
Нарушение учебной дисциплины	-1
Неготовность к занятию	-1
Пропуск занятия без уважительной причины	-1

Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Экзамен

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
65–69	3 (удовлетворительно)
60–64	
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)
Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
90–100	5 (отлично)
85–89	4 (хорошо)
75–84	
70–74	

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Аверин А.Н., Социальная коммуникация: учебное пособие [Электронный ресурс] / Аверин А.Н. М.: Проспект, 2016. 128 с. ISBN 978-5-392-20839-5. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392208395.html>

2. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации: для бакалавров и специалистов. Доп. УМО по классич. ун–т. образованию в качестве учеб. пособия для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600 «Журналистика» и спец. 030601 «Журналистика» / Д. П. Гавра. СПб.: Питер, 2011. 284. ISBN 978-5-459-00385-7: 274-00: 274-00. 13 экз.

3. Кирия, И.В. История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – М.: Издательский дом «Высшей школы экономики», 2017. 423 с. ISBN 978-5-7598-1188-6; 978-5-7598-1614-0: 409-20: 409-20. 10 экз.

5. Чудинов А.П., Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] / Нахимова Е.А. М.: ФЛИНТА, 2013. 153 с. ISBN 978-5-9765-1573-4. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976515734.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Гуськова С.В., Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] / Гуськова С.В. М.: ФЛИНТА, 2013. 78 с. ISBN 978-5-9765-1681-6. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976516816.html>

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

1. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента». www.studentlibrary.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для обеспечения данной дисциплины необходимы:

- оборудованные аудитории (специальная мебель и оргсредства);
- технические средства обучения;
- интерактивная доска;
- компьютеры (ОС Windows 7, 10);
- учебно-наглядные пособия: схемы, таблицы анализа.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а

требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).