

Министерство просвещения Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»  
Институт гуманитарного и социально-экономического образования  
Кафедра философии, социологии и социальной работы

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.05 «ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СМИ И АУДИТОРИИ»**

Направление подготовки 39.03.01 Социология

Профиль программы «Социология медиакоммуникаций»

Автор(ы): канд. социол. наук, доцент О.С. Копалова  
канд. филос. наук, доцент, Л.Э. Панкратова  
доцент  
канд. социол. наук, доцент, И.В. Чебыкина  
доцент

Одобрена на заседании кафедры философии, социологии и социальной работы.  
Протокол от «14» ноября 2022 г. №5.

Рекомендована к использованию в образовательной деятельности научно-методической комиссией института ГСЭО РГППУ. Протокол от «16» ноября 2022 г. №3.

Екатеринбург  
2022

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Взаимодействие СМИ и аудитории»: изучение основных методов измерения аудитории СМИ, системы стандартных показателей аудитории печатных СМИ, радиоаудитории, телевизионной аудитории, аудитории Интернета.

Задачи:

- знакомство с понятием "аудитория" - одним из ключевых в деятельности СМИ; освещение развития представлений об аудитории в мировой истории;
- анализ закономерностей восприятия медиаматериалов и поведения аудитории СМИ.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Взаимодействие СМИ и аудитории» относится к формируемой участниками образовательных отношений части учебного плана.

Для изучения учебной дисциплины необходимы знания, умения и владения, формируемые следующими дисциплинами:

1. Тренинг развития социологического мышления.
2. Деловые переговоры и медиация конфликтов.
3. Теория и практика межкультурной коммуникации.
4. Теория массовых коммуникаций и массмедиа.

Перечень учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и владения, формируемые данной учебной дисциплиной:

1. Маркетинговые технологии в медиасфере.
2. Организация и проведение коммуникационных кампаний в медиaprостранстве.
3. Психология массовых коммуникаций и рекламы.
4. Репутационный имидж менеджмент.

## 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);
- УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;



- ПКС-3 Способен 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 информационных технологий;

- ПКС-5 Готов к проведению маркетинговых исследований, в т.ч. в медиа-пространстве.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

31. Базовые положения теории аудитории медиа; ;

32. Основные вехи в историческом развитии представлений о природе аудитории медиа;

33. Основные вехи в истории развития методов исследования аудитории медиа; современные методы исследования аудиторий медиа; ;

34. Основные закономерности поведения аудитории медиа;

35. Основные диспозиционные закономерности аудиторий медиа; ;

36. Стандартные параметры измерения аудитории медиа; возможности использования результатов исследования аудиторий медиа в редакционной практике.

Уметь:

У1. Грамотно интерпретировать и использовать параметры аудитории различных СМИ в редакционной практике; формировать запросы исследовательским структурам по тем или иным аспектам изучения аудитории СМИ; оценить качество данных об аудитории СМИ.

Владеть:

В1. Навыками работы с аудиторией СМИ в своей редакционной практике, вести диалог с потенциальной аудиторией, руководствуясь ее основными показателями, методами анализа аудитории, способами взаимодействия медиа и аудитории.

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1 Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 час.), семестр изучения – 6, распределение по видам работ представлено в табл. № 1.

Таблица 1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

| Вид работы | Форма обучения |
|------------|----------------|
|            | очная          |



|   | Семестр изучения |  |
|---|------------------|--|
|   | 6 сем.           |  |
|   | Кол-во часов     |  |
| Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану | 108              |  |
| Контактная работа, в том числе:                 | 68               |  |
| Лекции  | 20               |  |
| Практические занятия                            | 22               |  |
| Текущее консультирование                        | 16               |  |
| Контроль самостоятельной работы                 | 10               |  |
| Самостоятельная работа студента                 | 40               |  |
| Промежуточная аттестация, в том числе:          |                  |  |
| Зачет   | 6 сем.           |  |

*\*Распределение трудоемкости по видам контактной работы для заочной формы обучения (при наличии) корректируется в соответствии с учебным планом заочной формы обучения.*

#### **4.2 Содержание и тематическое планирование дисциплины**

Таблица 2. Тематический план дисциплины

| Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)                    | Сем. | Всего, час. | Вид контактной работы, час. |                |             | СРС |
|--|------|-------------|-----------------------------|----------------|-------------|-----|
|  |      |             | Лекции                      | Практ. занятия | Лаб. работы |     |
| 1. Феномен аудитории.  | 6    | 40          | 10                          | 10             | -           | 20  |
| 2. Маркетинговые, редакционные и SMM-метрики: общая характеристика | 6    | 42          | 10                          | 12             | -           | 20  |

*\*Распределение часов по разделам (темам) дисциплины для заочной формы обучения осуществляется научно-педагогическим работником, ведущим дисциплину.*

#### **4.3 Содержание разделов (тем) дисциплин**

##### **Раздел 1. Феномен аудитории.**

История исследования аудитории. Современные методы исследования аудитории. Композиционные и диспозиционные закономерности аудитории в массово-коммуникационных процессах. Стандартные параметры измерения аудитории СМИ. Источники трафика, способы взаимодействия с аудиторией медиа.



## Раздел 2. Маркетинговые, редакционные и SMM-метрики: общая характеристика

Использование данных исследований аудитории в редакционной практике. Социальные и новые медиа: особенности взаимодействия с аудиторией. Краудсорсинг, краудфандинг, paywall – как принципы взаимодействия аудитории и новых медиа.

### 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для изучения дисциплины используются различные образовательные технологии:

1. Технологии проведения занятий в форме диалогового общения, которые переводят образовательный процесс в плоскость активного взаимодействия обучающегося и педагога. Обучающийся занимает активную позицию и престаёт быть просто слушателем семинаров или лекций. Технологии представлены: групповыми дискуссиями, конструктивный совместный поиск решения проблемы, тренинг (микрообучение и др.), ролевые игры (деловые, организационно-деятельностные, инновационные, коммуникативные и др.).

2. Традиционные образовательные технологии представлены комбинацией объяснительно-иллюстративного и репродуктивного методов обучения. Осуществляются с использованием информационных лекций, семинаров, практических занятий или лабораторных работ. При использовании данных методов деятельность учащегося направлена на получение теоретических знаний и формирования практических умений по дисциплине.

3. Игровые технологии основаны на теории активного обучения, для которых характерно применение имитационных и неимитационных технологий. Используется для проведения практических, семинарских и лабораторных занятий.

4. При реализации образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения:

- состав видов контактной работы по дисциплине (модулю), при необходимости, может быть откорректирован в направлении снижения доли занятий лекционного типа и соответствующего увеличения доли консультаций (групповых или индивидуальных) или иных видов контактной работы;

- информационной основой проведения учебных занятий, а также организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) являются представленные в электронном виде методические, оценочные и иные материалы, размещенные в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета, в электронных библиотечных системах и открытых Интернет-ресурсах;

- взаимодействие обучающихся и педагогических работников осуществляется с применением ЭИОС университета и других информационно-коммуникационных технологий (видеоконференцсвязь, облачные технологии и сервисы, др.);



- соотношение контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю) может быть изменено в сторону увеличения последней, в том числе самостоятельного изучения теоретического материала.

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### ***6.1 Основная литература***

1. Сергодеева Е. А., Асланова М. Т., Сапрыкина Е. В. Коммуникативные технологии в информационном обществе : практикум. - Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. - 106 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69391>.

2. Горина Е. В. Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности : учебно-методическое пособие. - Екатеринбург : Уральский федеральный университет, 2016. - 68 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66538>.

### ***6.2 Дополнительная литература***

1. Головлева Е. Л., Мухаев Р. Т., Мрочко Л. В., Мамонтов А. С., Бородай А. Д. Коммуникативные стратегии личностной и корпоративной репрезентации : монография. - Москва : Московский гуманитарный университет, 2013. - 159 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22452>.

### ***6.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы***

Интернет-ресурсы:

1. Научная онлайн-библиотека Порталус. Режим доступа: <http://www.portalus.ru>

2. Научная электронная библиотека eLIBRARY. Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>

3. Всемирная виртуальная библиотека. Режим доступа: <http://www.vlib.org>

4. Электронная библиотека Гумер. Режим доступа: <http://www.gumer.info/>

Программное обеспечение:

1. Браузер Chrome.
2. Офисная система Office Professional Plus.
3. Операционная система Windows.

Информационные системы и платформы:

1. Система дистанционного обучения «Moodle».
2. Информационная система «Таймлайн».



3. Платформа для организации и проведения вебинаров «Mirapolis Virtual Room».

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Перечень материально-технического обеспечения для реализации образовательного процесса по дисциплине:

1. Лекторий

Современное образовательное пространство для проведения презентаций, встреч, лекций, тренингов и других мероприятий.

2. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.

3. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа с мультимедийным оборудованием.

4. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского (практического) типа, проведения групповых и индивидуальных консультаций, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

