

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
филиал МГУ в г. Севастополе
Историко-филологический факультет
Кафедра Журналистики



УТВЕРЖДАЮ
Директор
Филиала МГУ в г. Севастополе
О.А. Шпырко
2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля):

Б-ОП-М МЕДИАСОЦИОЛОГИЯ

код и наименование дисциплины (модуля)

Уровень высшего образования:

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки:

42.03.02 « Журналистика»

(код и название направления/специальности)

Направленность (профиль) ОПОП:

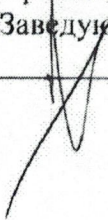
Общий


(если дисциплина (модуль) относится к вариативной части программы)

Форма обучения:

Очная

очная, очно-заочная

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры журналистики
Протокол № 3 от «03» сентября 2024г.
Заведующий кафедрой

(М.А. Крашениникова)
(подпись)

Рабочая программа одобрена
Методическим советом
Филиала МГУ в г.Севастополе
Протокол № 1 от «13» сентября 2024 г.

(Л.И. Теплова)
(подпись)

Севастополь, 2024

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» в редакции приказа МГУ от 29 декабря 2018 г. №1771, приказами об утверждении изменений в ОС МГУ от 10 июня 2021 года № 609, от 21 декабря 2021 года № 1404

Год (годы) приема на обучение: 2022

Курс - 3

семестры – 6

зачётных единиц – 2

академических часов – 72, в т.ч.:

лекций – 32 часов

семинарских занятий – нет

самостоятельная работа студентов – 40 часов

формы промежуточной аттестации: зачет в 6 семестре

Оглавление

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО	4
2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия.....	5
3. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников.....	5
4. Формат обучения.....	5
5. Объем дисциплины (модуля).....	5
6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий.....	6
7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю).....	9
8. Ресурсное обеспечение	15
9. Соответствие результатов обучения по данному элементу ОПОП результатам освоения ОПОП	18
10. Язык преподавания.....	18
11. Преподаватель (преподаватели)	18
12. Автор (авторы) программы.....	18

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Медиасоциология» относится к базовой части ОПОП ВО общепрофессиональному разделу, блоку «Массмедиа» и занимает важное место в профессиональной подготовке студентов направления «Журналистика».

В соответствии с учебным планом данный курс читается студентам 3 курса в 6 семестре.

Освоение данной дисциплины необходимо для получения студентами методологических знаний и научных представлений, способствующих углублению профессиональной подготовки, формированию навыков в области научных исследований и форм практической деятельности.

Цель освоения дисциплины «Медиасоциология» - формирование у студентов представления о социологических подходах, методах, приемах и средствах сбора и анализа информации, используемых в социологических исследованиях специализированных центров и служб, а также применяемых в практической деятельности редакций современных массмедиа.

Задачи изучения дисциплины:

- знакомство с объектом, предметом, функциями медиасоциологии и другими социологическими теориями в сфере массмедиа;
- формирование у студентов понятийного аппарата отраслевой социологической теории;
- знакомство с основными проблемами исследований в сфере медиасоциологии;
- изучение возможностей практического применения социологических данных в медиаотрасли;
- понимание специфики журналистики как особого типа социальной коммуникации;
- понимание социальных функций и ресурсов СМИ;
- знание методов сбора информации в социологических эмпирических исследованиях медиасферы и владение первичными навыками их применения;
- знание направлений эмпирических исследований СМИ (в том числе медиаметрических), их видов, организаций, осуществляющих такого рода исследования.

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия

Для успешного освоения дисциплины студенты должны иметь представление о социальной структуре современного общества, основных функциях социальных институтов, методах социологического исследования, что предполагается в предшествующем изучении курса «Социология». Структура современного медиарынка, целевые аудитории различных типов СМИ (курс «Медиаэкономика»), функции масс-медиа, принципы журналистской деятельности, связанные с взаимоотношениями СМИ и общества (курс «Теория журналистики») также являются необходимыми для освоения дисциплины «Медиа социология».

Дальнейшее развитие знаний, полученных в рамках дисциплины, происходит при изучении курса «Реклама и связи с общественностью», а также курса «Типология аудиторий СМИ».

3. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников:

В результате изучения дисциплины у студентов формируются следующие компетенции в соответствии с ОС МГУ.

Общепрофессиональные компетенции:

- Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в своей профессиональной деятельности (ОПК-4.Б).

Знать:

предмет и возможности социологии журналистики, современные представления о социальной роли СМИ и их функциях; понимать значение социологического подхода при разработке концепции медиапроекта, формировании контента, подготовки журналистских материалов; ориентироваться в направлениях и видах эмпирических социологических исследований в этой области, в методах сбора социологической информации.

Уметь:

определять направления поиска необходимой социологической информации о СМИ; находить источники, содержащие результаты актуальных исследований, и использовать их в практической работе.

Владеть:

основными принципами и критериями оценки социологической информации о СМИ

4. Формат обучения – контактная форма.

5. Объем дисциплины (модуля)

составляет 2 з.е., в том числе 32 академических часа, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (аудиторная нагрузка), 40 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий

6.1. Структура дисциплины (модуля) по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Номинальные трудозатраты обучающегося			Всего академических часов	Форма текущего контроля успеваемости (наименование)
	Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, академические часы		Самостоятельная работа обучающегося, академические часы		
	Занятия лекционного типа*	Занятия семинарского типа*			
Тема 1. Социальная коммуникация и медиа	2	-	4	6	опрос
Тема 2. Объект и предмет медиасоциологии	2	-	4	6	тесты
Тема 3. Возникновение и развитие социологического знания о журналистике и социологии СМИ	4	-	6	10	реферат
Тема 4. Общество и медиа. СМИ как социальный институт	4	-	4	8	тесты
Тема 5. Социальные функции СМИ	4	-	4	8	тесты
Тема 6. СМИ как фактор формирования общественного мнения	2	-	2	4	опрос
Тема 7. Эмпирическая медиасоциология	4	-	6	10	тесты
Тема 8. Направления эмпирических исследования в социологии СМИ	6	-	6	12	конспект
Тема 9. Социологическое обеспечение медиабизнеса	2	-	2	4	реферат
Тема 10. Стандарты использования социологической информации в СМИ	2	-	2	4	тезисы статьи
Итого за 6 семестр	32	-	40	72	
Форма промежуточной аттестации					зачет

6.2 Содержание разделов (тем) дисциплины

№ пп	Наименование разделов (тем) дисциплины	Содержание разделов (тем) дисциплины
1	Социальная коммуникация и медиа	<p>Коммуникация. Понятие социальной коммуникации. Основания для классификации социальных коммуникаций. Медиальная коммуникация. Масса, массовая коммуникация, массовая информация. Основные характеристики массы как социальной общности. СМИ, СМК и медиа. СМИ как особый вид массовых коммуникаций. Структура медиа. Теоретические концепции медиа. Теория медиа. Теория компьютерно-опосредованной коммуникации. Теория новых медиа. Концепция цифрового неравенства.</p>
2	Объект и предмет медиасоциологии	<p>Предмет и структура социологии СМИ. Предметное поле медиасоциологии. Социология массовых коммуникаций, социология СМИ, социология журналистики и другие отраслевые социологические теории. Проблематика социологических исследований СМИ.</p>
3	Возникновение и развитие социологического знания о журналистике и социологии СМИ	<p>Истоки социологического знания о журналистике. Журналистика и социология: первые опыты взаимодействия. Отражение социальных противоречий в теории журналистики. Условия и факторы развития социологии печати, радио и телевидения. Основные этапы развития отечественной социологии СМИ во второй половине XX века. Поиск методологических и методических оснований.</p>
4	Общество и медиа. СМИ как социальный институт	<p>Признаки и функции социальных институтов. Подходы к моделированию функций СМИ. Медиатизация как социальный тренд. Медиатизация социальных институтов. Понятие и сущность медиасреды. Структура медиасреды. Медиа контент и медиа продукты. Типология медиаконтента. Форматы и жанры. Медиа потребление - активная социальная практика. Ситуативность медиа потребления. Медиа потребление как рутинизированная, квалификационная и интерпретационная деятельность. Тренды медиа потребления.</p>

5	Социальные функции СМИ	<p>Содержание коммуникативной функции. СМИ в системе социальных связей. Коммуникация и трансмиссия. Коммуникативные конфигурации в СМИ.</p> <p>Содержание информационной функции. Социальные качества информации.</p> <p>Функция формирование повестки дня.</p> <p>Содержание ценностно-регулирующей функции. Ценностно-регулирующая функция и социализация.</p> <p>Социально-организационная и социально-креативная функции.</p> <p>СМИ и общенациональная идентичность. Процессы массовизации и индивидуализации.</p> <p>СМИ как фактор формирования общественного мнения и его субъекта.</p> <p>СМИ и новые социальные общности</p> <p>Функция канала социального участия. Понятие социального участия. Информационный вид социального участия.</p> <p>Функция форума – общая для всех типов СМИ. Факторы социального участия. Институциональные, гражданские и индивидуальные права.</p> <p>Функция психического регулирования. Факторы эмоционального влияния</p>
6	СМИ как фактор формирования общественного мнения	<p>Сущность общественного мнения и его основные характеристики.</p> <p>Общественное мнение как социальный институт.</p> <p>Факторы формирования общественного мнения.</p>
7	Эмпирическая медиасоциология	<p>Виды эмпирических исследований. Социальные показатели и шкалы. Процедура исследования. Выборка и репрезентативность данных.</p> <p>Методы сбора данных. Организация эмпирических исследований.</p> <p>Статистическая обработка и интерпретация собранных данных.</p> <p>Медиаисследования. Медиаизмерения.</p> <p>Измерения и валюта в новой медиасреде.</p>
8	Направления эмпирических исследований в социологии СМИ	<p>Проблематика исследований коммуникаторов (журналистов). Контрагенты журналистов. Непрофессиональные коммуникаторы.</p> <p>Методы исследования коммуникаторов.</p> <p>Проблематика эмпирических исследований контента. Анализ различных знаковых систем. Контент-анализ в СМИ.</p> <p>Канал как способ доставки контента. Каналы различных средств передачи информации.</p> <p>Эмпирические исследования аудитории СМИ. Понятия и показатели аудиторных замеров.</p> <p>Отношение аудитории к СМИ. Сегментирование аудитории.</p> <p>Эффекты: понятие и показатели. Виды эффектов. Опыт исследования эффектов в XX веке.</p>
9	Социологическое обеспечение медиабизнеса	<p>Социологические исследования – информационная основа бизнеса селлера. Социология телевизионного программирования.</p>
10	Стандарты использования социологической информации в СМИ	<p>Источники социологической информации в СМИ.</p> <p>Профессиональные правила публикации социологических данных. Правовые нормы работы с социологической информацией. Правила публикации социологической информации. Приемы изложения социологических данных в СМИ. Типичные ошибки.</p>

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости.

Тестовые задания

1. Что является предметом изучения медиасоциологии?
 - 1) журналистика как экономическая система
 - 2) социальные практики, порождаемые медиа
 - 3) психологические аспекты воздействия СМИ
 - 4) средства массового воздействия как социокультурный феномен
 - 5) содержание журналистских текстов
2. В чем отличие социологии и журналистики?
 - 1) обществоведческая сфера изучения
 - 2) принципиальные установки
 - 3) объекты исследования и отражения
 - 4) обезличенность анализируемой информации
 - 5) методы изучения социальной действительности
3. Что из приведенного является задачей изучения медиасоциологии?
 - 1) исследование взаимоотношений и взаимодействий журналистики с другими социальными институтами общества
 - 2) изучение основных компонентов журналистики
 - 3) изучение экономической эффективности рекламы в СМИ
 - 4) определение путей повышения эффективности журналистики
 - 5) социальные последствия использования современных медиа
4. Какими социологическими методами исследуют тексты СМИ?
 - 1) наблюдение
 - 2) контент анализ
 - 3) опросы общественного мнения
 - 4) экспертные опросы
 - 5) эксперименты
5. С помощью какого социологического метода изучается общественное мнение?
 - 1) контент анализ
 - 2) массовые опросы
 - 3) наблюдение
 - 4) экспериментальные методы
 - 5) экспертные опросы

6. Какой вопрос интересует социолога при изучении целевой аудитории СМИ?

- 1) экономические характеристики населения
- 2) психологические характеристики индивида
- 3) структура аудитории СМИ
- 4) гендерный состав населения
- 5) демографические характеристики населения

7. Какая часть аудитории является потенциальной для какого-либо СМИ?

- 1) та, которая является потребителем данного СМИ
- 2) та, которая может стать потребителем данного СМИ
- 3) та, которая не является потребителем данного СМИ
- 4) та, на которую ориентировано данное СМИ
- 5) та, которая не является потребителем СМИ

8. От каких показателей зависит выбор аудитории СМИ?

- 1) от стоимости издания
- 2) от доступности издания
- 3) от интереса аудитории к тематике издания
- 4) от социальных характеристик потребителя
- 5) от формата издания

9. От каких характеристик зависит аудитория регионального СМИ?

- 1) от степени доступности СМИ
- 2) от актуальности СМИ для региона
- 3) от тиража издания СМИ
- 4) от конкретного потребителя СМИ
- 5) от гендерных характеристик местного сообщества

10. Элементом какой социальной системы является журналистики?

- 1) системы массовой коммуникации
- 2) системы средств массовой информации
- 3) системы массового общества
- 4) системы средств массового воздействия
- 5) системы социальных коммуникаций

11. Какие элементы входят в систему журналистики?

- 1) массовые коммуникации
- 2) массовое общество
- 3) технические средства массовой коммуникации
- 4) журналисты и редакции СМИ
- 5) система коммуникаций

12. Что представляет собой эмпирическое социологическое исследование?
- 1) процесс выявления закономерностей развития СМИ
 - 2) теоретико-методологический анализ специфики журналистики
 - 3) составление плана исследования СМИ
 - 4) метод получения первичной социологической информации
 - 5) анализ экономико-правовых показателей
13. Что представляет собой выборка социологического исследования?
- 1) генеральная совокупность населения
 - 2) часть генеральной совокупности, отражающая ее свойства
 - 3) социальная группа
 - 4) целевая аудитория
 - 5) население региона, включенного в исследования
14. Что является инструментарием массового опроса аудитории?
- 1) наблюдение
 - 2) метод
 - 3) анкета
 - 4) экспертиза
 - 5) контент-анализ
15. Каковы правила составления выборки социологического исследования?
- 1) опрашивают 100% населения
 - 2) опрашивают большую часть населения
 - 3) опрашивают не менее 1% населения
 - 4) численность выборки зависит от общего числа совокупности
 - 5) выборка зависит от возможностей исследования

Перечень тем заданий для самостоятельной работы

Задание 1.

Составьте медиакарту региональных СМИ Крыма и Севастополя (по локальным территориям и городам, например, Симферополя, Севастополя, Ялты и т.д.). Систематизируйте СМИ по типам (газеты, журналы, радиоканалы, телеканалы, интернет-издания и т.д.). Укажите форму собственности, тематическую направленность, тираж, охват, целевую аудиторию.

Задание 2.

Проведите контент-анализ содержания регионального печатного издания за последний месяц. Составьте программу исследования с таблицей и кодификатором.

Задание 3.

Составьте анкету для проведения социологического исследования общественного мнения по одной из общественно значимой проблеме (на выбор студента). Сформулируйте проблему

исследования, гипотезу, укажите генеральную совокупность и рассчитайте выборку.

Задание 4.

Подготовьте для публикации тезисы научной статьи или журналистский текст аналитической или трендовой статьи с использованием вторичных данных социологических исследований общероссийских исследовательских центров (ВЦИОМ, ФОМ, Левада-Центра и т.д.). Тематику публикации студенты выбирают самостоятельно исходя из их научного и творческого интереса.

Перечень тем рефератов и докладов

1. Массовая коммуникация в массовом обществе
2. Роль массовой коммуникации в потребительском обществе
3. Специфика предмета отраслевых социологических теорий в области масс-медиа
4. История становления медиасоциологии в России
5. Проблематика социологических исследований СМИ (по выбору студента)
6. Социальные дисфункции современных СМИ
7. Роль СМИ в процессе социализации личности
8. СМИ как фактор формирования общественного мнения
9. Результаты исследования эффектов СМИ
10. Медиатизация как современный тренд
11. Специфика медиапотребления различными социальными группами (по выбору студента)

Темы контрольных работ:

Контрольные работы не предусмотрены.

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.

Список вопросов к зачету:

1. Понятие социальной коммуникации.
2. Основания для классификации социальных коммуникаций.
3. Масса, массовая коммуникация, массовая информация.
4. Основные характеристики массы как социальной общности
5. СМИ как особый вид массовых коммуникаций.
6. Объект, предмет и структура медиасоциологии.
7. Проблематика социологических исследований СМИ.
8. Истоки социологического знания о журналистике.
9. Журналистика и социология: первые опыты взаимодействия.
10. Самоопределение социологии журналистики как науки.

11. Условия и факторы развития социологии печати, радио и телевидения в нашей стране и за рубежом.
12. Основные этапы развития отечественной социологии СМИ во второй половине XX века.
13. СМИ как социальный институт. Признаки и функции социальных институтов.
14. Основные социальные функции СМИ.
15. Коммуникативная функция СМИ.
16. Информационная функция СМИ.
17. Социальные качества информации.
18. Дисфункции информационной деятельности.
19. Функция формирования повестки дня.
20. Ценностно-регулирующая функция СМИ.
21. Роль СМИ в процессе социализации.
22. Социально-организационная и социально-креативная функция СМИ.
23. Процессы массовизации и индивидуализации.
24. СМИ как фактор формирования общественного мнения и его субъекта.
25. СМИ и новые социальные общности.
26. Функция СМИ как канала социального участия.
27. Функция форума – общая для всех типов СМИ.
28. Функция психического регулирования.
29. Виды эмпирических исследований СМИ.
30. Социальные показатели и шкалы.
31. Процедура исследования. Выборка и репрезентативность данных.
32. Методы сбора эмпирических данных.
33. Опрос и его виды.
34. Методика организации и проведения фокус-групп.
35. Наблюдение как метод получения эмпирических данных.
36. Экспериментальный метод и тестирование.
37. Собственные редакционные исследования.
38. Организация эмпирических исследований СМИ.
39. Статистическая обработка и интерпретация эмпирических данных.
40. Основные направления эмпирических исследований в социологии СМИ.
41. Проблематика эмпирических исследований коммуникаторов (журналистов).
42. Контрагенты журналистов и непрофессиональные коммуникаторы.
43. Методы исследования коммуникаторов.
44. Проблематика эмпирических исследований контента.
45. Контент-анализ в СМИ.

46. Канал как способ доставки контента.
47. Каналы различных средств передачи информации.
48. Эмпирические исследования аудитории СМИ.
49. Понятия и показатели аудиторных замеров.
50. Отношение аудитории к СМИ.
51. Сегментирование аудитории.
52. Эффекты СМИ: понятие и показатели.
53. Сущность общественного мнения и его основные характеристики.
54. Общественное мнение как социальный институт.
55. Факторы формирования общественного мнения.
56. Медиальная коммуникация.
57. СМИ, СМК и медиа. Структура медиа.
58. Теоретические концепции медиа. Теория новых медиа.
59. Концепция цифрового неравенства.
60. Медиатизация как концепт. Медиатизация социальных институтов
61. Медиа среда: понятие, сущность, структура.
62. Медиа контент и медиа продукты. Типология и тренды.
63. Медиа потребление - активная социальная практика и рутинизированная деятельность.
64. Ситуативность медиа потребления. Тренды медиа потребления.
65. Социологическое обеспечение медиабизнеса
66. Социология телевизионного программирования

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ результатов обучения (РО) по дисциплине (модулю)				
Оценка РО и соответствующие виды оценочных средств	Не зачтено	Зачтено		
Знания <i>(виды оценочных средств: устные и письменные опросы и контрольные работы, тесты, и т.п.)</i>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурирован ные знания	Сформированные систематические знания
Умения <i>(виды оценочных средств: практические контрольные задания, написание и защита рефератов на заданную тему и т.п.)</i>	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиальн ого характера)	Успешное и систематическое умение

Навыки (владения, опыт деятельности) <i>(виды оценочных средств: выполнение и защита курсовой работы, отчет по практике, отчет по НИР и т.п.)</i>	Отсутствие навыков (владений, опыта)	Наличие отдельных навыков (наличие фрагментарного опыта)	В целом, сформированные навыки (владения), но используемые не в активной форме	Сформированные навыки (владения), применяемые при решении задач
---	--------------------------------------	--	--	---

8. Ресурсное обеспечение:

а) Основная литература

1. Добренчиков В.И. Современная социология. Теоретико-методологические основания и перспективы [Электронный ресурс]/ Добренчиков В.И., Кравченко А.И.— Электрон. текстовые данные. — М.: Академический Проект, 2014. — 712 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36564.html>. — ЭБС «IPRbooks»
2. Дятлов А.В. Анализ данных в социологии [Электронный ресурс]: учебник/ Дятлов А.В., Гугуева Д.А. — Электрон. текстовые данные. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. — 226 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/87698.html>. — ЭБС «IPRbooks».
3. Коломиец В.П. Медиа социология: теория и практика / Научная монография / Аналитический центр Vi. - М.: ООО «НИПКЦ Восход-А», 2014. – 328 с., ISBN 978-5- 93055-363-5.
4. Полуэхтова И.А. Социология массовой коммуникации. Часть 1 [Электронный ресурс]: курс лекций/ Полуэхтова И.А.— Электрон. текстовые данные. — М.: Московский гуманитарный университет, 2012. — 96 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14530.html>. — ЭБС «IPRbooks».
5. Свитич Л. Г. Социология журналистики: учебник для академического бакалавриата / Л. Г. Свитич. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 397 с. — Серия: Бакалавр. Академический курс. ISBN 978-5-9916-5072-4.

б) Дополнительная литература

1. Айрис А., Бюген Ж. Управление медиа-компаниями: реализация творческого потенциала. М., 2010.
2. Бакулев Г. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции — М., 2005.
3. Бориснев С.В. Социология коммуникации. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
4. Гостенина В.И., Киселев А.Г. Социология массовой коммуникации. Учебное пособие. — М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2009.
5. Дзялошинский И.М. Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты.

в) лицензионное программное обеспечение: не требуется

г) профессиональные базы данных и информационных справочных систем

1. Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru/>
2. Электронно-библиотечная система Лань <https://e.lanbook.com/>
3. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» <https://www.iprbookshop.ru/>
4. Информационно-аналитическая система «Медиалогия» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.mlg.ru/>
5. Официальный сайт исследовательской компании «Медиаскоп» <https://mediascope.net/>
6. Информационно-аналитическая система «Google Analytics» // URL: <https://www.google.com/analytics/>
7. «Яндекс. Метрика» // URL: <https://metrika.yandex.ru/promo?>
8. Интернет-проект статистики и веб-аналитики «OpenStat» // URL: <https://www.openstat.com/>

д) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Официальный сайт ВЦИОМ <https://wciom.ru/>
2. Официальный сайт ФОМ <https://fom.ru/>
3. Официальный сайт Левада-Центр <https://www.levada.ru/>
4. Журнал «Социологические исследования» («СОЦИС») <http://socis.isras.ru/>
5. «Социологический журнал» <https://www.jour.fnisc.ru/index.php/socjour>

е) Описание материально-технического обеспечения.

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа	Приспособленность помещений для использования инвалидами и лицами с ОВЗ
1	Аудитория для проведения лекционных занятий	Оснащена столами, стульями, кафедрой и столом для преподавателя, доской, проектором и экраном, 20 раб. мест	Возможность подключения ноутбука и мультимедийного оборудования, беспроводной доступ в интернет. Список ПО на ноутбуках: Microsoft Windows 10, Microsoft Office 2016, Google Chrome, Mozilla Firefox	

9. Соответствие результатов обучения по данному элементу ОПОП результатам освоения ОПОП.

Указано в общей характеристике ОПОП.

10. Язык преподавания.

Русский

11. Преподаватель (преподаватели).

Кандидат социологических наук, доцент кафедры журналистики Тришина Т.В.

12. Автор (авторы) программы.

Кандидат социологических наук, доцент кафедры журналистики Тришина Т.В.