

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Факультет истории, мировой политики и социологии
Кафедра теоретической и прикладной социологии

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета



В. В. Романов

«05» июля 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.03.2 Социология коммуникаций

Направление подготовки/специальность: 39.03.01 - Социология

Профиль/направленность/специализация: Социология культуры

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2021

Автор программы:

Кандидат социологических наук, доцент Белинская Дина Викторовна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 - Социология (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «05» февраля 2018 г. № 75).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры теоретической и прикладной социологии «25» июня 2021 г. Протокол № 21

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета истории, мировой политики и социологии, Протокол от «05» июля 2021 г. № 9.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Цели и задачи дисциплины..... | 4 |
| 2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра..... | 5 |
| 3. Объем и содержание дисциплины..... | 5 |
| 4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства..... | 10 |
| 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)..... | 18 |
| 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины..... | 20 |
| 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы..... | 21 |

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-1 Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- научно-исследовательский
- организационно-управленческий

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 01 Образование и наука (в сфере общего, профессионального и дополнительного профессионального образования; в сфере научных исследований)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

| Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта) | Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия | Индикаторы достижения компетенций |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | ПК-1 Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов | Систематизирует основные теоретические и эмпирические направления в изучении проблем коммуникации в современном обществе, использует социологические методы исследования коммуникации, в том числе массовой |

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-1 Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов

| № п/п | Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи | Форма обучения | | | | | | | | | | | |
|-------|--------------------------------------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|-------------------|---|---|---|---|---|
| | | Очная (семестр) | | | | | | Заочная (семестр) | | | | | |
| | | 2 | 3 | 4 | 6 | 7 | 8 | 2 | 3 | 4 | 6 | 7 | 9 |
| 1 | Гендерная социология | | | + | | | | | | + | | | |
| 2 | Ознакомительная практика | | | + | | | | | | + | | | |
| 3 | Преддипломная практика | | | | | | + | | | | | | + |
| 4 | Социальная и культурная антропология | + | | | | | | + | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|----------------------------------|---|---|---|---|---|--|---|---|---|---|---|--|
| 5 | Социальная психология | + | | | | | | + | | | | | |
| 6 | Социальная экология | | | + | | | | | | + | | | |
| 7 | Социология города | | | + | | | | | | + | | | |
| 8 | Социология девиантного поведения | | + | | | | | | + | | | | |
| 9 | Социология духовной жизни | + | | | | | | + | | | | | |
| 10 | Социология молодежи | | + | | | | | | + | | | | |
| 11 | Социология науки | | | | | + | | | | | | + | |
| 12 | Социология образования | | | | | + | | | | | | + | |
| 13 | Социология религии | | | | + | | | | | | + | | |
| 14 | Социология семьи | | | | + | | | | | | + | | |
| 15 | Этносоциология | | | + | | | | | | + | | | |

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Социология коммуникаций» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 39.03.01 - Социология.

Дисциплина «Социология коммуникаций» изучается в 3 семестре.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины:

| Вид учебной работы | Очная (всего часов) | Заочная (всего часов) |
|--------------------------------------|------------------------|--------------------------|
| Общая трудоёмкость дисциплины | 72 | 72 |
| Контактная работа | 32 | 8 |
| Лекции (Лекции) | 16 | 4 |
| Практические (Практ. раб.) | 16 | 4 |
| Самостоятельная работа (СР) | 40 | 60 |
| Зачет | - | 4 |

3.2. Содержание курса:

| № темы | Название раздела/темы | Вид учебной работы, час. | | | | | | Формы текущего контроля |
|-----------|------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---|----------------|---|----|---|---------------------------------------|
| | | Лекции | | Практ. раб. | | СР | | |
| | | О | З | О | З | О | З | |
| 3 семестр | | | | | | | | |
| 1 | Социология коммуникации как специальная отрасль социологии | 2 | 1 | 2 | - | 5 | 6 | Подготовка и защита презентации |
| 2 | Проблема коммуникаций в современной социологии | 2 | - | 2 | 1 | 5 | 8 | Подготовка и защита презентации |

| | | | | | | | | |
|---|------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|--------------------------------------------------|
| 3 | Типы коммуникации | 2 | 1 | 2 | - | 5 | 6 | Подготовка и защита презентации |
| 4 | Стереотипы общения. Межкультурная коммуникация | 2 | - | 2 | 1 | 5 | 8 | Подготовка и защита презентации; Тестирование |
| 5 | Теории массовых коммуникаций | 2 | 1 | 2 | - | 5 | 8 | Подготовка и защита презентации |
| 6 | Социология телевидения | 2 | 1 | 2 | - | 5 | 8 | Подготовка и защита презентации |
| 7 | Характеристика системы СМИ как основного рекламоносителя | 2 | - | 2 | 1 | 5 | 8 | Подготовка и защита презентации |
| 8 | Государственные институты и средства массовой коммуникации | 2 | - | 2 | 1 | 5 | 8 | Подготовка и защита презентации; Тестирование |

Тема 1. Социология коммуникации как специальная отрасль социологии (ПК-1)

Лекция.

Социология коммуникации как специальная отрасль социологии, изучающая проблемы взаимодействия социальных структур и коммуникативной деятельности их представителей. Взаимодействие факторов, определяющих природу социальной коммуникации – биологических, социальных, этнических, психологических и др. Основные направления исследования социальной коммуникации в зарубежных школах: бихевиоризм, необихевиоризм, символический интеракционизм, феноменологическое направление, структурный функционализм, постмодернизм.

Социология коммуникации как интегрирующая научная дисциплина. Онтологические, гносеологические и аксиологические основы теории коммуникации.

Практическое занятие.

1. Социология коммуникации как специальная отрасль социологии.
2. Основные направления исследования социальной коммуникации.
3. Поиски новых подходов к изучению социальной коммуникации.
4. Онтологические, гносеологические и аксиологические основы теории коммуникации.
5. Связь социологии коммуникации с другими отраслями социологии.

Задания для самостоятельной работы.

- Составить глоссарий по теме лекции.
- Подбор литературы в Интернете по теме.

Тема 2. Проблема коммуникаций в современной социологии (ПК-1)

Лекция.

Объективистская социология о социальных коммуникациях: эволюционистская традиция, современный неэволюционизм. Технологический детерминизм о коммуникациях (Д. Белл, А. Тоффлер, Е. Масуда). Футурологические прогнозы и социальная реальность информационного общества. Идеи «глобальной деревни» и «мозаичного мышления» Г. Маклюэна и теория «сетевых отношений» М. Кастельса.

Проблема коммуникаций в субъективистской социологии. Социальное действие и социальные ожидания в социологии М. Вебера. Феноменология А. Шюца. Повседневные коммуникации в этнометодологии Г. Гарфинкеля.

Символический интеракционизм об онтологии межличностных коммуникаций. Знаки, символы и их значения. «Договорная» основа коммуникации (три принципа Г. Блумера). Роль социализации в коммуникативном взаимодействии («Я» и «Мое» в теории Дж. Мида): «Представление себя другим» в драматургическом подходе И. Гоффмана.

Практическое занятие.

- 1 Основные методологические традиции в социологии, используемые для исследования коммуникативных процессов: системный метод, социологический эволюционизм, структурно-функциональный анализ, номарксизм, теория рационального действия, символический интеракционизм, феноменология, социальный конструктивизм).
- 2 Теория коммуникативных систем Н. Лумана.
- 3 Характеристики коммуникативных систем: операциональная замкнутость, самореферентность, аутопоэзис.
- 4 Теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса.

Задания для самостоятельной работы.

- Составить венгерский кроссворд (филорд) на тему «Теории коммуникации в социологии».
- Составить глоссарий по теме лекции.
- Подбор литературы в Интернете по теме.

Тема 3. Типы коммуникации (ПК-1)

Лекция.

Коммуникация как процесс обмена информацией. Каналы передачи информации. Участники коммуникативного акта. Типы коммуникации в зависимости от структуры коммуникативного акта.

Межличностная коммуникация, условия ее актуализации и основные функции. Технологический прогресс и его влияние на характер межличностного общения. Психологические аспекты межличностного общения. Понятие манипуляции.

Межгрупповая коммуникация. Типы малых групп. Внешняя и внутренняя среда межгруппового общения. «Лидеры мнений» и положение групп в информационном пространстве (периферия, лакуны – «теневые» группы, неустраиваемые социальные группы, центр социального пространства).

Массовая коммуникация как социальное явление и процесс. Глобализация пространства общения и трансформация основных характеристик текста.

Практическое занятие.

1. Основные свойства межличностной коммуникации.
2. Манипуляция в межличностной коммуникации и технологии антиманипулятивного поведения.
3. Ролевые требования и проблемы статусной идентичности в коммуникации.
4. Коммуникация в группах и организациях.
5. Коммуникативные функции в группе (решение задач, групповая солидарность, реализация индивидуальных потребностей и др.).
6. Коммуникативные роли членов группы: инициатор, информатор, разработчик решений, координатор, энергайзер, технолог, гармонизатор и др.
7. Понятие массовых коммуникаций.
8. Роль СМИ в обществе.
9. Проблема манипулирования сознанием в СМИ.

Задания для самостоятельной работы.

- Составить глоссарий по теме лекции.
- Подбор литературы в Интернете по теме.
- Написать эссе на одну из тем: «Слово - великое орудие жизни». (В.Г. Короленко); «Сколько нелепостей говорится людьми только из желания сказать что-нибудь новое» (Вольтер); «Я полагаю, что тот, у кого в голове сложилось о чем-либо живое и ясное представление, сумеет передать его на любом, хоть на тарабарском наречии» (М. Монтень).

Тема 4. Стереотипы общения. Межкультурная коммуникация (ПК-1)

Лекция.

Понятие «стереотипов» в социологии. Социальные, психологические, этнические стереотипы. Стереотипизация общения и обеднение информационной структуры коммуникации. Массовое потребление как предпосылка стереотипного общения. Работы Р. Барта и Ж. Бодрийяра о мифологии современного общения и мире «симулякров».

Понятие «культуры». Культура как аксиологическая система. Категория «толерантности». Перспективы налаживания межкультурного общения.

Мультикультурность Ш. Бенхабиб.

Практическое занятие.

1. Тенденция к стереотипизации общения в массовой коммуникации и в условиях глобального общения с целью сокращения временных затрат на освоение и переработку информации.
2. Трудности постижения системы стереотипов иной культуры.
3. Различия западного и восточного типов культуры.
4. Особенности межличностной коммуникации в межкультурном взаимодействии.
5. Толерантность как коммуникативная стратегия.
6. Межэтнические конфликты.
7. Межконфессиональные конфликты.
8. Конфликты между разными социальными слоями в культуре на бытовом уровне.

Задания для самостоятельной работы.

- Составить глоссарий по теме лекции.
- Подбор литературы в Интернете по теме.
- Написать эссе на тему: «Ломать стереотипы и пробиваться сквозь предубеждения – дело невероятно сложное, но еще и фантастически приятное» (Джаред Лето); «Единственная известная мне роскошь - это роскошь человеческого общения» (Антуан де Сент-Экзюпери).

Тема 5. Теории массовых коммуникаций (ПК-1)

Лекция.

Зарубежные теории массовых коммуникаций. Системно-структурные представления о массовой коммуникации. Р.Мертон и П.Лазарсфельд о социальной роли массовой коммуникации. Социодинамическая модель СМК А.Моля. Модель социально системы массовой коммуникации (М.де Флер). Исследование медиареальности Н.Лумана.

Франкфуртская школа (М.Хоркхаймер, Т.Адорно, Г.Маркузе). Критика тенденций современного телевидения. Роль индустрии культуры в СМК.

Массовая коммуникация в обществе постмодерна. Рост влияния аудиовизуальных средств. Видение массовой коммуникации в концепциях М. Маклюэна. Массовая коммуникация и гиперреальность Ж.Бодрийяра. Концепция общества спектакля Г.Дебора.

Отечественные исследования массовых коммуникаций (Б.А.Грушин, Г.И.Хмара, Б.М.Фирсов, Л.Н.Коган, Ю.А.Левада).

Практическое занятие.

- 1.П. Лазарсфельд о социальных функциях медиа.
- 2.Критическая теория медиа (М. Хоркхаймера и Т. Адорно)
- 3.Теория социальной коммуникации Юргена Хабермаса.
- 4.Канадская школа коммуникации (М.Маклюэн)
- 5.Медиа и массовая культура (теории Дж.Фiske и У.Эко)
6. Вещественно-знаковая модель коммуникации (Ж.Бодрийяр)
7. Теории манипулятивного воздействия СМИ (теория пропаганды, теория магической пули, теория формирования общественного мнения У. Лппмана, теории социальной ответственности СМИ).

Задания для самостоятельной работы.

- Подготовить презентацию в программе Power Point на тему «М.Маклюэн – провидец из Канады».

- Подготовить буклет по персоналиям.
- Составить терминологический словарь по теме лекции.

Тема 6. Социология телевидения (ПК-1)

Лекция.

Социология телевидения как специальная социологическая дисциплина. Объект, предмет и основные категории социологии телевидения. Функции телевидения.

Манипулятивные возможности телевидения. Телевидение как идеологический институт общества (К. Маркс, Л. Альтюссер, А. Грамши). Символический интеракционизм о механизме воздействия телевидения на аудиторию (Дж.Гербнер, Л.Гросс и др.). Критическая традиция исследований телевидения (Т. Адорно, Г.Маркузе, Ч.Миллс, И.Постман). СМИ и телевидение в теориях «массового общества» и «постмодернистской» научной перспективе (Г.Маклюэн, О. Тоффлер, Д. Белл, Ж. Бод-рийяр). Отечественная традиция социологического изучения телевидения (Вл.Саппак, Б.Фирсов, В. Вильчек, В. Коробейников, А. Ольховников, Л. Федотова и др.).

Телевидение в культурном пространстве современного общества. Производство и трансляция ценностей, норм, знаний, социокультурных образцов. Формирование символического пространства. Контроль за телевидением со стороны общества. Правовые и экономические механизмы регулирования деятельности телевидения.

Практическое занятие.

1. Советское (государственное) телевидение: институциональная организация и программная политика
2. Трансформация государственной модели телевидения при переходе к рынку
3. Возникновение коммерческого телевидения
4. Развитие местного (регионального) телевидения
5. Сравнительный анализ современного телевизионного вещания в России и за рубежом
6. Цензура на телевидении: опыт разных стран
7. Ток-шоу как средство коммуникации

Задания для самостоятельной работы.

- Написать рецензию на статью (Полуэхтова И.А. Динамика российской телеаудитории // Социс. – 2010. – № 1).
- Разработать анкету на тему «Роль телевидения в процессе социализации подрастающего поколения».
- Написать эссе на заданную тему.
- Составить глоссарий по теме лекции.

Тема 7. Характеристика системы СМИ как основного рекламоносителя (ПК-1)

Лекция.

СМИ – составная часть массовой коммуникации. Информационный ресурс как основа развития современного общества. Реклама в прессе: особенности газетной рекламы. Преимущества и недостатки газет с точки зрения размещения рекламы. Влияние рекламы на содержание прессы. Журналы, их преимущества и недостатки с точки зрения размещения рекламы. Радио и телевидение как рекламоносители. Возможности Интернета как рекламоносителя.

Практическое занятие.

1. Реклама в прессе: особенности газетной рекламы. Преимущества и недостатки газет с точки зрения размещения рекламы.
2. Журналы, их преимущества и недостатки с точки зрения размещения рекламы.
3. Радио и телевидение как рекламоносители.
4. Возможности Интернета как рекламоносителя.
5. Средства наружной рекламы, специфика рекламы на транспорте.
6. Социология рекламы
7. Социологические исследования рекламного воздействия

Задания для самостоятельной работы.

- Разработать анкету на тему «Наружная реклама».
- Составить глоссарий по теме лекции.
- Составить чайнворд на тему «Виды рекламы».

Тема 8. Государственные институты и средства массовой коммуникации (ПК-1)**Лекция.**

Сосуществование государства и СМК. Государство и его взаимоотношения с СМК. Законодательная власть и пресса. Исполнительная власть и пресса. Судебная власть и пресса. Пресса и интересы политических сил: особенности коммуникации в современных отношениях. Усиление роли политической коммуникации. Роль рекламы в политике. Факторы воздействия на электорат. Демоскопические опросы как фактор воздействия на электорат.

Информационная политика как интегрированное представление в общественном мнении портрета власти. Основные информационные потоки в обществе. Консолидация информационных потоков. Формирование государственной идеологии. Патриотизм. Информационные войны в обществе. Компромат в общественном сознании.

Практическое занятие.

- 1 История формирования представлений о свободе печати и свободе слова.
- 2 Цензура. Необходимость государственного регулирования СМИ.
- 3 Социальная ответственность массовой коммуникации.
- 4 Эффективная и неэффективная информационная политика.
- 5 СМИ и другие институты формирования общественного мнения.
- 6 Искусство и творческая жизнь как элементы информационной политики государства.
- 7 Международная информация.
- 8 Информационная безопасность.

Задания для самостоятельной работы.

- Подготовить презентацию в программе Power Point на тему «Свобода слова: миф или реальность?».
- Составить глоссарий по теме лекции.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства**4.1. Распределение баллов:**

3 семестр

- текущий контроль – 80 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

| № темы | Название темы / вид учебной работы | Формы текущего контроля / срезы | Мак. кол-во баллов | Методика проведения занятия и оценки |
|--------|------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Социология коммуникации как специальная отрасль социологии | Подготовка и защита презентации | 10 | Критерии оценки: - объем работы (10-15 слайдов – 1 балл, 15-20 слайдов – 2 балла); - должна быть поставлена проблема – 1 балл; - слайды должны содержать как иллюстрации, так и основные тезисы, раскрывающие ход и результаты анализа – 1 балл; - обобщения и типологии должны быть социологически корректны и обоснованы (методически и теоретически) – 1 балл; - краткость, четкость формулировок – 1 балл; - качество оформления работы – 1 балл. |

| | | | | |
|----|----------------------------------------------------------|---------------------------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. | Проблема коммуникаций в современной социологии | Подготовка и защита презентации | 10 | Критерии оценки: - объем работы (10-15 слайдов – 1 балл, 15-20 слайдов – 2 балла); - должна быть поставлена проблема – 1 балл; - слайды должны содержать как иллюстрации, так и основные тезисы, раскрывающие ход и результаты анализа – 1 балл; - обобщения и типологии должны быть социологически корректны и обоснованы (методически и теоретически) – 1 балл; - краткость, четкость формулировок – 1 балл; - качество оформления работы – 1 балл. |
| 3. | Типы коммуникации | Подготовка и защита презентации | 10 | Критерии оценки: - объем работы (10-15 слайдов – 1 балл, 15-20 слайдов – 2 балла); - должна быть поставлена проблема – 1 балл; - слайды должны содержать как иллюстрации, так и основные тезисы, раскрывающие ход и результаты анализа – 1 балл; - обобщения и типологии должны быть социологически корректны и обоснованы (методически и теоретически) – 1 балл; - краткость, четкость формулировок – 1 балл; - качество оформления работы – 1 балл. |
| 4. | Стереотипы общения. Межкультурная коммуникация | Подготовка и защита презентации | 10 | Критерии оценки: - объем работы (10-15 слайдов – 1 балл, 15-20 слайдов – 2 балла); - должна быть поставлена проблема – 1 балл; - слайды должны содержать как иллюстрации, так и основные тезисы, раскрывающие ход и результаты анализа – 1 балл; - обобщения и типологии должны быть социологически корректны и обоснованы (методически и теоретически) – 1 балл; - краткость, четкость формулировок – 1 балл; - качество оформления работы – 1 балл. |
| | | Тестирование(контрольный срез) | 10 | Тест состоит из 10 вопросов. 1 балл за каждый верный ответ |
| 5. | Теории массовых коммуникаций | Подготовка и защита презентации | 10 | Критерии оценки: - объем работы (10-15 слайдов – 1 балл, 15-20 слайдов – 2 балла); - должна быть поставлена проблема – 1 балл; - слайды должны содержать как иллюстрации, так и основные тезисы, раскрывающие ход и результаты анализа – 1 балл; - обобщения и типологии должны быть социологически корректны и обоснованы (методически и теоретически) – 1 балл; - краткость, четкость формулировок – 1 балл; - качество оформления работы – 1 балл. |
| 6. | Социология телевидения | Подготовка и защита презентации | 10 | Критерии оценки: - объем работы (10-15 слайдов – 1 балл, 15-20 слайдов – 2 балла); - должна быть поставлена проблема – 1 балл; - слайды должны содержать как иллюстрации, так и основные тезисы, раскрывающие ход и результаты анализа – 1 балл; - обобщения и типологии должны быть социологически корректны и обоснованы (методически и теоретически) – 1 балл; - краткость, четкость формулировок – 1 балл; - качество оформления работы – 1 балл. |
| 7. | Характеристики системы СМИ как основного рекламоносителя | Подготовка и защита презентации | 10 | Критерии оценки: - объем работы (10-15 слайдов – 1 балл, 15-20 слайдов – 2 балла); - должна быть поставлена проблема – 1 балл; - слайды должны содержать как иллюстрации, так и основные тезисы, раскрывающие ход и результаты анализа – 1 балл; - обобщения и типологии должны быть социологически корректны и обоснованы (методически и теоретически) – 1 балл; - краткость, четкость формулировок – 1 балл; - качество оформления работы – 1 балл. |

| | | | | |
|-----|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 8. | Государственные институты и средства массовой коммуникации | Подготовка и защита презентации | 10 | Критерии оценки: - объем работы (10-15 слайдов – 1 балл, 15-20 слайдов – 2 балла); - должна быть поставлена проблема – 1 балл; - слайды должны содержать как иллюстрации, так и основные тезисы, раскрывающие ход и результаты анализа – 1 балл; - обобщения и типологии должны быть социологически корректны и обоснованы (методически и теоретически) – 1 балл; - краткость, четкость формулировок – 1 балл; - качество оформления работы – 1 балл. |
| | | Тестирование(контрольный срез) | 10 | Тест состоит из 10 вопросов. 1 балл за каждый верный ответ |
| 9. | Премияльные баллы | | 20 | - постоянная активность во время практических занятий – 10 баллов; - участие в конференциях, публикации научных статей и тезисов докладов – 10 баллов |
| 10. | Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы | | 50 | Написание эссе (10 баллов) Защита реферата (20 баллов) Прохождение тестирования (30 вопросов) по всему курсу дисциплины (10 баллов) |
| 11. | Итого за семестр | | 100 | |

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

| 100-балльная система | Традиционная система |
|----------------------|----------------------|
| 50 - 100 баллов | Зачтено |
| 0 - 49 баллов | Не зачтено |

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Подготовка и защита презентации

Тема 1. Социология коммуникации как специальная отрасль социологии

1. Социология коммуникации как специальная отрасль социологии.
2. Основные направления исследования социальной коммуникации.
3. Поиски новых подходов к изучению социальной коммуникации.
4. Онтологические, гносеологические и аксиологические основы теории коммуникации.
5. Связь социологии коммуникации с другими отраслями социологии.

Тема 2. Проблема коммуникаций в современной социологии

- 1 Основные методологические традиции в социологии, используемые для исследования коммуникативных процессов: системный метод, социологический эволюционизм, структурно-функциональный анализ, номарксизм, теория рационального действия, символический интеракционизм, феноменология, социальный конструктивизм).
- 2 Теория коммуникативных систем Н. Лумана.
- 3 Характеристики коммуникативных систем: операциональная замкнутость, самореферентность, аутопоэзис.
- 4 Теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса.

Тема 3. Типы коммуникации

1. Основные свойства межличностной коммуникации.

2. Манипуляция в межличностной коммуникации и технологии антиманипулятивного поведения.
3. Ролевые требования и проблемы статусной идентичности в коммуникации.
4. Коммуникация в группах и организациях.
5. Коммуникативные функции в группе (решение задач, групповая солидарность, реализация индивидуальных потребностей и др.).
6. Коммуникативные роли членов группы: инициатор, информатор, разработчик решений, координатор, энергайзер, технолог, гармонизатор и др.
7. Понятие массовых коммуникаций.
8. Роль СМИ в обществе.
9. Проблема манипулирования сознанием в СМИ.

Тема 4. Стереотипы общения. Межкультурная коммуникация

1. Тенденция к стереотипизации общения в массовой коммуникации и в условиях глобального общения с целью сокращения временных затрат на освоение и переработку информации.
2. Трудности постижения системы стереотипов иной культуры.
3. Различия западного и восточного типов культуры.
4. Особенности межличностной коммуникации в межкультурном взаимодействии.
5. Толерантность как коммуникативная стратегия.
6. Межэтнические конфликты.
7. Межконфессиональные конфликты.
8. Конфликты между разными социальными слоями в культуре на бытовом уровне.

Тема 5. Теории массовых коммуникаций

1. П. Лазарсфельд о социальных функциях медиа.
2. Критическая теория медиа (М. Хоркхаймера и Т. Адорно)
3. Теория социальной коммуникации Юргена Хабермаса.
4. Канадская школа коммуникации (М. Маклюэн)
5. Медиа и массовая культура (теории Дж. Фiske и У. Эко)
6. Вещественно-знаковая модель коммуникации (Ж. Бодрийяр)
7. Теории манипулятивного воздействия СМИ (теория пропаганды, теория магической пули, теория формирования общественного мнения У. Лippмана, теории социальной ответственности СМИ).

Тема 6. Социология телевидения

1. Советское (государственное) телевидение: институциональная организация и программная политика
2. Трансформация государственной модели телевидения при переходе к рынку
3. Возникновение коммерческого телевидения
4. Развитие местного (регионального) телевидения
5. Сравнительный анализ современного телевизионного вещания в России и за рубежом
6. Цензура на телевидении: опыт разных стран
7. Ток-шоу как средство коммуникации

Тема 7. Характеристика системы СМИ как основного рекламоносителя

1. Реклама в прессе: особенности газетной рекламы. Преимущества и недостатки газет с точки зрения размещения рекламы.
2. Журналы, их преимущества и недостатки с точки зрения размещения рекламы.
3. Радио и телевидение как рекламоносители.
4. Возможности Интернета как рекламоносителя.
5. Средства наружной рекламы, специфика рекламы на транспорте.

6. Социология рекламы

7. Социологические исследования рекламного воздействия

Тема 8. Государственные институты и средства массовой коммуникации

- 1 История формирования представлений о свободе печати и свободе слова.
- 2 Цензура. Необходимость государственного регулирования СМИ.
- 3 Социальная ответственность массовой коммуникации.
- 4 Эффективная и неэффективная информационная политика.
- 5 СМИ и другие институты формирования общественного мнения.
- 6 Искусство и творческая жизнь как элементы информационной политики государства.
- 7 Международная информация.
- 8 Информационная безопасность.

Тестирование

Тема 4. Стереотипы общения. Межкультурная коммуникация

1. Предметом социологии коммуникаций является:

- (!) закономерности возникновения и высшие формы общения
- (?) общественные законы
- (?) отношения между людьми
- (?) социальное поведение

2. Что является объектом социологии коммуникаций:

- (?) государство
- (?) общество
- (!) общение
- (?) эмоции

3. Какая из приведенных ниже категорий не относится к аппарату коммуникологии:

- (?) аптайм
- (?) субмодальность
- (?) низус
- (!) престиж

4. Что означает в коммуникологии термин «мессидж»:

- (!) сообщение
- (?) коммуникацию
- (?) визаж
- (?) доверие

5. Как называется наиболее распространенная современная модель коммуникаций:

- (?) общая теория коммуникаций
- (!) кибернетическая теория
- (?) марксистская теория общения
- (?) синергетика

6. Что является вершиной коммуницирования в буддизме:

- (!) нирвана
- (?) восьмеричный путь

- (?) чакры
- (?) принадлежность к касте

7. Как называется стартовая фаза коммуницирования в раннем христианстве:

- (?) теория благих дел
- (?) благие намерения
- (!) «Божья искра»
- (?) смертный грех

8. Какой термин выражает вербальные стороны коммуникации:

- (?) слова
- (?) интонации
- (?) приказы
- (!) якорение

9. В чем главное отличие коммуникации от псевдокоммуникации:

- (!) симметричность общения
- (?) количество участников
- (?) длительность общения
- (?) эмоциональность

10. Что является главным способом бытия коммуникаций по Ю. Лотману:

- (?) микросреда человека
- (?) государство
- (!) язык
- (?) общение

Тема 8. Государственные институты и средства массовой коммуникации

1. Массовая коммуникация – это:

- (!) систематическое распространение сообщений через печать, телевидение, радио, кино, звукозапись, видеозапись среди численно рассредоточенной аудитории
- (?) средства общения, взаимодействия, включая печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, видео и аудио, кино
- (?) вся сфера духовной (наука, искусство, литература) и духовно-практической (образование, воспитание, управление) деятельности

2. Социологическое изучение массовой коммуникации началось:

- (?) в последней трети XIX в.
- (!) в 1920-е гг.
- (?) в 1960-е гг.

3. Наиболее активно в современных условиях развиваются функции СМИ:

- (!) информационные, развлекательные, а также те, которые обеспечивают художественные и рекламные коммуникации
- (?) аналитические, объективно отражающие условия жизни общества и помогающие личности, различным группам населения вырабатывать адекватное отношение к актуальным общественным явлениям
- (?) актуализации функций в современных условиях не происходит, они остались прежними

4. Организационно-технические комплексы, позволяющие осуществлять быструю передачу и массовое тиражирование больших объемов словесной, образной, музыкальной информации, – это:

- (?) интернет-СМИ
- (?) информационные агентства

(!) СМИ

5. Этапами стандартной модели коммуникации являются:

(?) кодирование – сообщение – получатель

(!) источник – кодирование – сообщение – декодирование – получатель

(?) сообщение – кодирование – декодирование – получатель

6. Понятие «спираль молчания» разработано:

(?) Г. Лассуэллом

(?) М. Маклюэном

(!) Э. Ноэль-Нойман

7. Политическая коммуникация – это:

(?) деятельность по формированию политики

(!) общение, информационное взаимодействие посредством СМИ между субъектами политической деятельности по поводу их совместных действий

(?) деятельность по реализации политики

8. Пропаганду характеризуют определения:

(?) односторонняя коммуникация, убеждение с целью достижения взаимопонимания и налаживания конструктивного сотрудничества

(!) односторонняя коммуникация, информационное давление с целью навязывания общественности требуемой точки зрения

(?) двусторонняя коммуникация, учет реакции общественности на сообщение

9. Целевой аудиторией СМИ называется:

(?) группа людей, объединенных единой целью

(!) совокупность людей, к которым обращаются СМИ и которые воспринимают обращенную к ним информацию

(?) группа людей, которым товары или услуги, рекламируемые в СМИ, предоставляются бесплатно в качестве рекламы

10. Мониторингом СМИ называется:

(!) отслеживание сообщений СМИ во время проведения PR-мероприятия

(?) проверка гипотез о причинно-следственных связях

(?) компьютерный анализ эффективности PR-мероприятия

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-1)

1. Объект и предмет социологии коммуникаций.

2. Общественная природа языка. Функции языка. Структурный, семантический и прагматический аспекты языка.

3. Аппарат социологии коммуникаций. Информация. Структура коммуникативного акта. Коммуникативная компетентность.

4. Естественные коммуникативные системы. Сравнение их с искусственными коммуникативными системами.

5. Искусственные коммуникативные системы. Создание мирового интерактивного пространства.

6. Семиотический уровень организации коммуникации

7. Вербальный уровень организации коммуникации.

8. Дискурс. Различные подходы к моделированию дискурса. Структурные компоненты дискурса. Функциональные характеристики дискурса.

9. Паралингвистический уровень организации коммуникации.

10. Металингвистический уровень организации коммуникации.

11. Синтетический уровень организации коммуникации.

12. Межличностная коммуникация.

13. Межгрупповая коммуникация.
14. Массовая коммуникация как социальное явление и процесс. Основные виды текстов массовой коммуникации.
15. Социологические доминанты коммуникации.
16. Понятие речевого этикета.
17. Коммуникативная личность и параметры ее моделирования.
18. Гендерные различия в коммуникативных процессах.
19. Стереотипы общения.
20. Основные проблемы межкультурной коммуникации.
21. Понятие «симулякра» в концепции Ж.Бодрийяра
22. Понятие информационного общества.
23. Технологии организации социального взаимодействия через глобальные информационные сети.
24. Понятие «информационной безопасности».
25. Основные параметры постиндустриального общества в концепции Д.Белла.
26. Российские концепции информационного общества. Стадия вхождения России в информационную общественную формацию.
27. Основные информационные потоки в обществе. Структура информационной политики. Анализ эффективности информационной политики.
28. Субъекты информационной политики.
29. Коммуникативный менеджмент как одна из важнейших разновидностей управления социальными процессами.
30. Прикладные модели коммуникации. Понятие о нейро-лингвистическом программировании.
31. Понятие манипуляции. Техники манипулирования информационными потоками.
32. Понятие информационной войны. Последствия информационных войн.
33. Образование как институт коммуникации.
34. Библиотека и базы данных как институты коммуникации.
35. СМИ как институт коммуникации. Современные тенденции в развитии СМИ.
36. Реклама как институт коммуникации. Моделирование социального взаимодействия и социальных потребностей в языке рекламы.

Типовые задания для зачета (ПК-1)

- 1 Каковы базовые составляющие социальной коммуникации и проблемные вопросы, связанные с ними?

Как понимается социальная информация?
- 2 Почему социальный статус является важнейшей категорией социальной коммуникации? Какие факторы, определяющие социальный статус, имеют социальную значимость?
- 3 В чем заключается общее и различное в понятиях общения, коммуникации и речевой деятельности?
- 4 Какие средства используются в процессе коммуникации?
- 5 В чем различие знаков, образов, слов, жестов и терминов как коммуникативных средств?
- 6 Какая ситуация актуализирует изучение информационных войн сегодня? Приведите примеры
- 7 Назовите основные причины, которые обуславливают возникновение информационных войн. Каковы цели ведения информационных войн?
- 8 По каким признакам вы можете считать, что ведется информационная война?
- 9 Какие средства ведения информационных войн используются в Интернет пространстве?
- 10 Что общего есть у обычного оружия и оружия информационного? Что общего есть у обычных войн и информационных?
- 11 Почему спам считается одним из средств ведения информационной войны?
- 12 Как мотивационные теории объясняют сущность и функции межличностной коммуникации?

- 13 Какие условия обеспечивают эффективность межличностной коммуникации?
- 14 В чем состоят особенности межличностной коммуникации в малых группах?
- 15 Каковы условия, обеспечивающие функционирование массовой коммуникации?
- 16 Как различаются технические средства, передающие информацию?
- 17 В чем заключается социальная значимость информации?
- 18 Каковы основные характеристики массовой коммуникации?
- 19 Как понимаются основные функции массовой коммуникации?
- 20 В чем заключается сущность массовой коммуникации? Какова роль СМИ в массовой коммуникации?

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

| Оценка | Компетенции | Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата) |
|---------------------------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| «зачтено» (50 - 100 баллов) | ПК-1 | На высоком уровне систематизирует основные теоретические и эмпирические направления в изучении проблем коммуникации в современном обществе, использует социологические методы исследования коммуникации, в том числе массовой |
| «не зачтено» (0 - 49 баллов) | ПК-1 | Не владеет навыками систематизации основных теоретических и эмпирических направлений в изучении проблем коммуникации в современном обществе, не умеет использовать социологические методы исследования коммуникации |

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;

- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Асатрян, С. С. Социология коммуникации : практикум. - Весь срок охраны авторского права; Социология коммуникации. - Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. - 98 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/75598.html>
2. Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник. - 4-е изд.. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 488 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159>

6.2 Дополнительная литература:

1. Чамкин А.С. Социология коммуникации : учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 295 с.
2. Бориснев С.В. Социология коммуникации : Учеб. пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ, 2003. - 270 с.
3. Конечкая В.П. Социология коммуникации : Учебник. - М., М.: Междунар. Ун-т Бизнеса и Управления, Братья Карич, 1997. - 302 с.
4. Касьянов В. В. Социология массовой коммуникации : Учебник для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2021. - 221 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/472780>
5. Баранова, Е. В. Социология массовой коммуникации : учебное пособие. - 2023-01-20; Социология массовой коммуникации. - Минск: Вышэйшая школа, 2012. - 174 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/20279.html>
6. Шарков Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учебное пособие. - 2-е изд., стер.. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 488 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573153>

6.3 Иные источники:

1. "Журнал социологии и социальной антропологии" - <http://www.jourssa.ru/?q=en/about>
2. Журнал «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены» - <https://monitoringjournal.ru/index.php/monitoring>
3. Журнал «Социологические исследования» - <http://socis.isras.ru/>
4. Портал по социально-гуманитарному и политологическому образованию - www.humanities.edu.ru
5. <http://rin.ru> – российская информационная сеть: Наука и образования, социология, персоналии. - <http://rin.ru>
6. сайт Российского социологического общества - <http://www.ssa-rss.ru/>
7. Социология по-новому. Проект Socioline - <https://socioline.ru/>
8. <http://www.sociology.ru/> – центр социологического образования Института социологии РАН - <http://www.sociology.ru/>
9. Электронная версия «Социологического журнала», издаваемого Российской академией наук Институт социологии РАН - www.nir.ru/socio/scipubl/socjour.htm
10. Официальный сайт российского холдинга Ромир, специализирующегося на исследованиях различных рынков и сфер жизни общества - www.romir.ru
11. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) - www.wciom.ru
12. Официальный сайт Фонда общественного мнения - www.fom.ru

13. Аналитический центр Юрия Левады «Левада-центр» - www.levada.ru
14. Исследовательская группа «Циркон» - www.zircon.ru
15. American Journal of Sociology - <https://www.journals.uchicago.edu/toc/ajs/current>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

ABYY FineReader 8.0 Professional Edition
 Adobe Acrobat 8.0 Standart Russian Version Win Full Educ
 Firefox
 Google Chrome Google Inc. 12.09.2014 49.0.2623.112
 IBM SPSS Statistics 20
 LibreOffice
 Microsoft Windows 10
 Microsoft Office Профессиональный плюс 2007
 Opera
 Total Commander
 WIN RAR 2.90, 4.20

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. IPR BOOKS: электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>
2. Scopus: база данных . – URL: <https://www.scopus.com>
3. Springer Open (ресурсы Springer открытого доступа): база данных. – URL: <https://www.springeropen.com>
4. Web of Science: политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных . – URL: <https://apps.webofknowledge.com>
5. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
6. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ). – URL: <https://wciom.ru>
7. Официальный сайт Фонда общественного мнения. – URL: <https://fom.ru>
8. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
9. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
10. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина. – URL: <http://www.tambovlib.ru>
11. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>
12. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки. – URL: <http://obrnadzor.gov.ru/ru>

13. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>
14. Электронная библиотека РФФИ. – URL: <https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>
15. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.