

Программу составил:

Епихина Ю.Б.

к.соц.н., преподаватель кафедры Методологии и методов социологических исследований Социологического факультета ГАУГН

Рецензент:

Маркин В.В.

д. соц. н., гл. науч. сотр., Институт социологии ФНИСЦ РАН

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО:

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 39.04.01 «СОЦИОЛОГИЯ» (УРОВЕНЬ МАГИСТРАТУРЫ)

Утвержден Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «5» февраля 2018 г. № 79

составлена на основании учебного плана

направления 39.04.01 «Социология» направленность (профиль) «Методология и практика социологических исследований»

утверждена на Учебно-методическом совете Протокол № 7 от 14.05.2020

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры Методологии и методов социологических исследований

Срок действия программы: 2020–2022 уч. гг.

Зав. кафедрой Методологии и методов социологических исследований

В. И. Залунин

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОП
 - 2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося
 - 2.2. Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ В СООТВЕТСТВИИ С ФОРМАМИ ПРОЯВЛЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ
7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
 - 8.1. Рекомендуемая литература
 - 8.1.1. Основная литература
 - 8.1.2. Дополнительная литература
 - 8.2. Электронные образовательные ресурсы
 - 8.3. Программное обеспечение
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Приложение 1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Приложение 2 МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Измерение аудитории телевидения» является формирование уровня освоения у обучающихся способности к обучению новым методам исследований, готовности к изменению производственного профиля деятельности. Обучающийся способен самостоятельно сформулировать цели, задачи научных исследований и решать их с использованием современных исследовательских методов с учетом отечественного и зарубежного опыта, а также использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук для решения задач фундаментального прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения.

В задачи освоения дисциплины входит:

1. Знакомство обучающихся с понятием "аудитория" - одним из ключевых в деятельности СМИ.
2. Знакомство обучающихся с мировой историей развития представлений об аудитории, а также с ролью в ней российских исследователей.
3. Знакомство обучающихся с основными методами измерения аудитории СМИ.
4. Знакомство обучающихся с основными методами качественных исследований аудитории СМИ.
5. Знакомство обучающегося с современной системой стандартных показателей аудитории печатных СМИ, радиоаудитории, телевизионной аудитории, аудитории Интернета.
6. Знакомство обучающихся с основными закономерностями восприятия аудиториями материалов СМИ.
7. Знакомство обучающихся с основными закономерностями поведения аудитории СМИ.
8. Выработка умений обучающихся работать с аудиторными показателями в редакционной и рекламной практике.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.04.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Изучение дисциплины «Измерение аудитории телевидения» базируется на следующих дисциплинах: основы социологии, психология, история социологии, социология СМИ, социология коммуникаций, социология общественных связей и отношений, интерпретативные технологии в социальных науках.
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:
2.2.1	Освоение дисциплины необходимо подготовки выпускной квалификационной работы.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

Индикатор 1.1	Знает механизмы управления телевизионными аудиториями
Индикатор 1.2	Знает способы повышения информационной безопасности в российской телевизионной сфере
Индикатор 1.3	Определяет основные проблемы и сложности информационного развития, с которыми сталкивается российское телевидение при взаимодействии с аудиториями
Индикатор 2.1	Обобщает и анализирует социологическую информацию о телевизионных аудиториях
Индикатор 2.2	Осуществляет количественный и качественный анализ телевизионных аудиторий
Индикатор 2.3	Вырабатывает предложения по повышению информационной безопасности телевизионных аудиторий
Индикатор 3.1	Владеет техниками работы с массивами данных по телеаудиториям
Индикатор 3.2	Обладает навыками анализа представлений и предпочтений телевизионных аудиторий
Индикатор 3.3	Способен работать данными, получаемыми из телевизионных каналов (методами анализа телепоточка, новостей, рекламы, популярного кино и др.)

ПК-1. Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов

Индикатор 1.1	Знает социологические теории, рассматривающие телевидение и телевизионные аудитории
Индикатор 1.2	Владеет основными понятиями измерения телеаудиторий
Индикатор 1.3	Знает процедуру проведения эмпирического исследования аудитории телевидения
Индикатор 2.1	Осуществляет консалтинговую работу, основываясь на результатах прикладных исследований аудиторий телевидения
Индикатор 2.2	Дает экспертную оценку по функционированию телевизионных каналов и эффектов, оказываемых ими на аудиторию
Индикатор	Формулирует предложения по повышению эффективности взаимодействия российских телеканалов с

2.3	аудиториями
Индикатор 3.1	Владеет социологическими подходами к изучению телевидения и его аудиторий
Индикатор 3.2	Применяет методы измерения телеаудиторий, используемыми в социальных и гуманитарных науках при осуществлении экспертной деятельности
Индикатор 3.3	Владеет навыками проведения полевых и прикладных исследований телевизионных аудиторий в российском контексте

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ					
Номер и наименование раздела	Наименование темы лекционного занятия, краткое содержание	Семестр/ Курс	Объем, акад. часы	Компетенции	Литература
Раздел 1. Введение в теорию измерений телеаудиторий	Тема 1. Феномен аудитории	2/1	12	УК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.4
	Тема 2. История исследований аудитории	2/1	10	УК-4, ПК-1	Л1.2, Л1.4
Раздел 2. Методология и методы исследования аудиторий ТВ	Тема 1. Современные методы исследования аудитории ТВ	2/1	10	УК-4, ПК-1	Л1.2, Л1.3
	Тема 2. Консумпционные закономерности телевизионной аудитории в массово-коммуникационных процессах	2/1	10	УК-4, ПК-1	Л1.2, Л1.3
	Тема 3. Стандартные параметры измерения аудитории телевидения	2/1	10	УК-4, ПК-1	Л1.2, Л1.3
	Тема 4. Диспозиционные закономерности аудитории ТВ в массово-коммуникационных процессах	2/1	10	УК-4, ПК-1	Л1.2
Раздел 3. Применение результатов исследований аудиторий ТВ на практике	Тема 1. Использование данных исследований телеаудитории в редакционной и рекламной практике	2/1	10	УК-4, ПК-1	Л1.2, Л1.3, Л1.4

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	
5.1	Текущий контроль освоения компетенций по дисциплине проводится при изучении теоретического материала, выполнении заданий на практических занятиях, выполнении индивидуальных заданий в форме доклада, эссе. Текущему контролю подлежит посещаемость обучающимися аудиторных занятий и работа на занятиях. Итоговой оценкой освоения полученных компетенций (результатов обучения по дисциплине «Изучение аудитории телевидения») является промежуточная аттестация в форме экзамена, проводимая с учетом результатов текущего контроля во втором семестре.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ В СООТВЕТСТВИИ С ФОРМАМИ ПРОЯВЛЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ	
6.1. Индикаторы сформированности 1.1 – 1.2 – 1.3	
Типовые вопросы для промежуточного контроля в семестре	
1.	Аудитория как коммуникативная общность.
2.	Развитие представлений о природе аудитории.
3.	Типология аудитории.
4.	Темпоральная природа аудитории СМИ.
5.	Аудитория и публика.
6.	Типология закономерностей аудитории.
7.	Краткая история исследования читательской аудитории.
8.	Краткая история исследования киноаудитории.
9.	Краткая история исследования радиоаудитории.
10.	Краткая история исследования телеаудитории.
11.	Краткая история исследования аудитории интернета.
12.	Типология методов исследования медиааудитории
13.	История развития количественных методов изучения медиааудитории
14.	История развития качественных методов изучения медиааудитории
15.	История развития опросных методов изучения медиааудитории
16.	История развития аналитико-документальных методов изучения медиааудитории

17. История развития методов автоматизированного измерения аудитории электронных СМИ.
18. Методы исследования читательской аудитории.
19. Методы исследования аудитории кино.
20. Методы исследования аудитории радио.
21. Методы исследования аудитории телевидения.
22. Методы исследования аудитории аудио- и видеозаписи.
23. Методы исследования аудитории Интернета.
24. Цикличность поведения аудиторий СМИ как универсальная консумпционная закономерность.
25. Типология цикличности поведения аудиторий СМИ.
26. Внутрипрограммная динамика аудитории телепрограмм.
27. Закономерности миграции телеаудитории.
28. Факторы, влияющие на величину аудитории СМИ.
29. Прогнозирование объёмов аудитории СМИ.
30. Принципы построения системы стандартных параметров измерения аудитории СМИ.

6.2. Индикаторы сформированности 2.1. – 2.2. – 2.3

Примерные темы для семинарских занятий в семестре

1. Основные понятия теорий аудиторий.
2. Исследование массовых аудиторий в XIX в. - первой половине XX в.
3. Современные методы исследования аудитории СМК и их типология.
4. Консумпционные закономерности аудитории в массово-коммуникационных процессах.
5. Принципы построения системы стандартных параметров измерения аудитории СМИ.
6. Теория личностных диспозиций В.А.Ядова.
7. Использование данных исследований аудитории в редакционной практике.

6.3. Индикаторы сформированности 3.1.- 3.2. – 3.3.

Примерные темы для письменных работ

1. Технические, параметры медиааудиторий
2. Редакционные параметры медиааудиторий
3. Рекламные параметры медиааудиторий
4. Параметры аудитории печатных изданий.
5. Параметры аудитории радио.
6. Параметры аудитории телевидения.
7. Параметры аудитории Интернета.
8. Понятие личностной диспозиции. Теория личностных диспозиций В.А.Ядова.
9. Связь медиапредпочтений с личностными диспозиционными составляющими.
10. Возрастная динамика жанрово-тематических предпочтений медиааудитории.
11. Зависимость жанрово-тематических предпочтений медиааудитории от пола.
12. Зависимость жанрово-тематических предпочтений медиааудитории от уровня образования.
13. Влияние личностных характеристик ведущего телепрограммы на структуру аудитории.
14. Позиционирование СМИ в пространстве социально-демографических характеристик медиааудитории.
15. Использование аудиториометрических данных при программировании эфира на радио.
16. Использование аудиториометрических данных при программировании эфира на телевидении.
17. Использование данных исследований аудитории в рекламной практике.
18. Приёмы размещения рекламы на основе прогнозирования величины аудитории.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные материалы к рабочей программе дисциплины (модуля) приведены в Приложении 1 «Фонд оценочных средств». Методические материалы к рабочей программе дисциплине (модуля) приведены в Приложении 2.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Рекомендуемая литература

8.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во/ доступность
Л1.1	Адемукова Н.В.	Практики исследования аудитории в ведущих российских телекомпаниях	Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2016. № 1. С. 61–66.	100%
Л1.2	Давыдов С. Г.	Телевизионные исследования на этапе перехода с аналогового на цифровое вещание в России и странах Европы // От центрального к цифровому: телевидение в России.	Воронеж: ВГПУ, 2014. С. 89–112.	100%
Л1.3		Основы медиабизнеса: учебник для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой.	– М.: «Аспект Пресс», 2014.	8
Л1.4	Коломиец В.П.	Медиасоциология: теория и практика.	М.: Восход-А, 2014.	100%

Л1.5	Назаров М.М.	Измерения аудитории ТВ в современной мультимедийной среде (практики зарубежных рынков).	М.: Восход-А, 2015.	100%
Л1.6		Социология журналистики / под ред. С. Г. Корконосенко	М.: Юрайт, 2014.	100%
Л1.7		От центрального к цифровому: телевидение в России / под ред. В.В. Струкова, В.В. Зверевой.	Воронеж: ВГПУ, 2014.	100%
Л1.8	Федотова Л.Н.	Социология массовых коммуникаций. Теория и практика.	М.: Юрайт, 2014.	8

8.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во/ доступность
Л2.1	Вольфсон Ю.Р.	Пассивные методы измерения аудитории телевидения	Вестник российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2010. № 4. С. 49–56	100%
Л2.2	Дим П.	Дим П. Онлайн-исследования для телевидения и радио // Онлайн исследования в России 3.0.	М.: Кодекс, 2012. С. 271–296.	100%
Л2.3	Докторов Б.З.	Джордж Гэллуп. Биография и судьба.	Издательство ООО «Полиграф-Информ», 2011	100%
Л2.4	Ермолаева О. Я., Шариков А. В.	Исследования телевизионной аудитории: теория и практика	М.: НАТ, 1997.	100%
Л2.5	Ковалёв П.А.	Российская телевизионная аудитория.	М.: Изд-во Национального института бизнеса, 2007.	4
Л2.6	О.Я. Ермолаева	На пути к общемировому стандарту измерения телевизионной аудитории.	М.: Медиа Комитет, 2005.	4
Л2.7	Шариков А.В.	Ритмы городской телеаудитории России.	М.: ВГТРК, 1997.	4
Л2.8	Полуэхтова И.А.	Аудитория телевидения: опыт социологического исследования.	М.: Издательство Московского университета, 2008.	4
Л2.9	Полуэхтова И.А.	Социокультурная динамика российской аудитории телевидения.	М.: ООО НИПКЦ, 2010 "Восход-А", 2010.	100%
Л2.10		Измерение аудиторий: ТВ, радио, Интернет.	М.: Медиа комитет, 2003.	4
Л2.11	Фомичева И.Д.	Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию.	М.: Аспект Пресс, 2004.	100%
Л2.12	Фомичева И.Д.	Социология СМИ.	М.: Аспект Пресс, 2007.	100%
Л2.13	Щепилов К. В.	Медиаисследования и медиапланирование.	М.: РИП- Холдинг, 2007.	100%

8.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во/ доступность
Л3.1	Воскресенская Н.Г., Фирулина Е.Г.	Медиаметрические исследования целевой аудитории: методика количественного анализа: Учебно-методическое пособие.	Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2014.	100%

8.2. Электронные образовательные ресурсы

Э1	«Университетская библиотека on-line» http://biblioclub.ru/			
----	--	--	--	--

8.3. Программное обеспечение

7.3.1	Программы MS Office.			
-------	----------------------	--	--	--

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1	Дисциплина «Измерение аудитории телевидения» обеспечена базовыми и дополнительными учебными материалами. Преподавание дисциплины базируется на использовании новейших информационных технологий (Интернет) и имеет необходимое техническое обеспечение (компьютеры, проектор, звуковые колонки, экран, доступ в Интернет), а также имеются доска, пишущие маркеры.			
-----	--	--	--	--

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Государственный академический университет гуманитарных наук»
(ГАУГН)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По дисциплине (модулю) «Измерение аудитории телевидения»

Направление подготовки 39.04.01 «Социология»

Направленность (профиль) «Методология и практика социологических исследований»

(уровень магистратуры)

Форма подготовки очная

Раздел 1 Этапы формирования и процедуры оценивания компетенций в процессе освоения ОП		
Код и формулировка компетенции	Индикаторы формирования компетенции	Процедура оценивания
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Индикатор 1.1 Знает механизмы управления телевизионными аудиториями Индикатор 1.2 Знает способы повышения информационной безопасности в российской телевизионной сфере Индикатор 1.3 Определяет основные проблемы и сложности информационного развития, с которыми сталкивается российское телевидение при взаимодействии с аудиториями	Контрольные работы
	Индикатор 2.1 Обобщает и анализирует социологическую информацию о телевизионных аудиториях Индикатор 2.2 Осуществляет количественный и качественный анализ телевизионных аудиторий Индикатор 2.3 Вырабатывает предложения по повышению информационной безопасности телевизионных аудиторий	Семинарские занятия
	Индикатор 3.1 Владеет техниками работы с массивами данных по телеаудиториям Индикатор 3.2 Обладает навыками анализа представлений и предпочтений телевизионных аудиторий Индикатор 3.3 Способен работать данными, получаемыми из телевизионных каналов (методами анализа телепоточка, новостей, рекламы, популярного кино и др.)	Письменные работы/ эссе
ПК-1. Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов	Индикатор 1.1 Знает социологические теории, рассматривающие телевидение и телевизионные аудитории Индикатор 1.2 Владеет основными понятиями измерения телеаудиторий Индикатор 1.3 Знает процедуру проведения эмпирического исследования аудитории телевидения	Контрольные работы
Трудоемкость дисциплины		4 з.е. (144 часа)
Итоговый контроль по дисциплине		Экзамен во втором семестре

Раздел 2 Разделы дисциплины, участвующие в формировании компетенций		
№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Коды и формулировки компетенций
1.	Раздел 1. Введение в теорию измерений телеаудиторий	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия ПК-1. Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов
2.	Раздел 2. Методология и методы исследования аудиторий ТВ	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия ПК-1. Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные

		задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов
3.	Раздел 3. Применение результатов исследований аудиторий ТВ на практике	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия ПК-1. Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов

Раздел 3 Разделы дисциплины участвующие в формировании компетенций

3.1. Типовые вопросы для промежуточного контроля в семестре

1. Аудитория как коммуникативная общность.
2. Развитие представлений о природе аудитории.
3. Типология аудитории.
4. Темпоральная природа аудитории СМИ.
5. Аудитория и публика.
6. Типология закономерностей аудитории.
7. Краткая история исследования читательской аудитории.
8. Краткая история исследования киноаудитории.
9. Краткая история исследования радиоаудитории.
10. Краткая история исследования телеаудитории.
11. Краткая история исследования аудитории интернета.
12. Типология методов исследования медиааудитории
13. История развития количественных методов изучения медиааудитории
14. История развития качественных методов изучения медиааудитории
15. История развития опросных методов изучения медиааудитории
16. История развития аналитико-документальных методов изучения медиааудитории
17. История развития методов автоматизированного измерения аудитории электронных СМИ.
18. Методы исследования читательской аудитории.
19. Методы исследования аудитории кино.
20. Методы исследования аудитории радио.
21. Методы исследования аудитории телевидения.
22. Методы исследования аудитории аудио- и видеозаписи.
23. Методы исследования аудитории Интернета.
24. Цикличность поведения аудиторий СМИ как универсальная консумпционная закономерность.
25. Типология цикличности поведения аудиторий СМИ.
26. Внутрипрограммная динамика аудитории телепрограмм.
27. Закономерности миграции телеаудитории.
28. Факторы, влияющие на величину аудитории СМИ.
29. Прогнозирование объёмов аудитории СМИ.
30. Принципы построения системы стандартных параметров измерения аудитории СМИ.

3.2. Примерные темы для обсуждения на занятиях в семестре

1. Основные понятия теорий аудиторий.
2. Исследование массовых аудиторий в XIX в. - первой половине XX в.
3. Современные методы исследования аудитории СМК и их типология.
4. Консумпционные закономерности аудитории в массово-коммуникационных процессах.
5. Принципы построения системы стандартных параметров измерения аудитории СМИ.
6. Теория личностных диспозиций В.А.Ядова.
7. Использование данных исследований аудитории в редакционной практике.

3.3. Примерные темы для письменных работ и/или типовые вопросы для экзамена, оценивающие сформированность компетенций

Примерные вопросы для подготовки к экзамену (УК-4, ПК-1)

1. Технические, параметры медиааудиторий
2. Редакционные параметры медиааудиторий
3. Рекламные параметры медиааудиторий
4. Параметры аудитории печатных изданий.
5. Параметры аудитории радио.
6. Параметры аудитории телевидения.
7. Параметры аудитории Интернета.
8. Понятие личностной диспозиции. Теория личностных диспозиций В.А.Ядова.
9. Связь медиапредпочтений с личностными диспозиционными составляющими.

10. Возрастная динамика жанрово-тематических предпочтений медиааудитории.
11. Зависимость жанрово-тематических предпочтений медиааудитории от пола.
12. Зависимость жанрово-тематических предпочтений медиааудитории от уровня образования.
13. Влияние личностных характеристик ведущего телепрограммы на структуру аудитории.
14. Позиционирование СМИ в пространстве социально-демографических характеристик медиааудитории.
15. Использование аудиториометрических данных при программировании эфира на радио.
16. Использование аудиториометрических данных при программировании эфира на телевидении.
17. Использование данных исследований аудитории в рекламной практике.
18. Приёмы размещения рекламы на основе прогнозирования величины аудитории.

Раздел 4 Шкала и критерии оценивания сформированности компетенций		
Оценка	Проявление компетенции	Описание
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	-	Ставится обучающемуся, не овладевшему ни одним из элементов компетенции, т.е. обнаружившему существенные пробелы в знании основного программного материала по дисциплине, допустившему принципиальные ошибки при применении теоретических знаний, которые не позволяют ему продолжить обучение или приступить к практической деятельности без дополнительной подготовки по данной дисциплине
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Индикаторы 1.1-1.2-1.3.	Ставится обучающемуся, проявившему знания основного программного материала по дисциплине в объеме, необходимом для последующего обучения и предстоящей практической деятельности, знакомому с основной рекомендованной литературой, допустившему неточности в ответе на экзамене, но в основном обладающему необходимыми знаниями для их устранения при корректировке со стороны экзаменатора
ХОРОШО	Индикаторы 1.1-1.2-1.3. Индикаторы 2.1-2.2-2.3	Ставится обучающемуся, проявившему полное знание программного материала по дисциплине, освоившему основную рекомендованную литературу, обнаружившему стабильный характер знаний и умений и способному к их самостоятельному применению и обновлению в ходе последующего обучения и практической деятельности
ОТЛИЧНО	Индикаторы 1.1-1.2-1.3. Индикаторы 2.1-2.2-2.3 Индикаторы 3.1-3.2-3.3	Ставится обучающемуся, проявившему всесторонние и глубокие знания программного материала по дисциплине, освоившему основную и дополнительную литературу, обнаружившему творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании усвоенных знаний.
ЗАЧТЕНО	Индикаторы 1.1-1.2-1.3.	Соответствует критериям оценок от «удовлетворительно» и выше
НЕ ЗАЧТЕНО	-	Соответствует критерию оценки «неудовлетворительно».

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Государственный академический университет гуманитарных наук»
(ГАУГН)

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ
по дисциплине (модулю) «Измерение аудитории телевидения»**

Направление подготовки	39.04.01 «Социология»
Закреплена за кафедрой	Общей социологии
Учебный план	Рабочий учебный план по направлению подготовки 39.04.01 «Социология» (уровень магистратуры) направленность (профиль) «Методология и практика социологических исследований»
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	4 з.е.
Часов по учебному плану	144
В том числе:	
Аудиторные занятия	72
Самостоятельная работа	36
Виды контроля в семестрах	Экзамен во втором семестре

Раздел 1. Введение в теорию измерений телеаудиторий

Тема 1. Феномен аудитории

Задание:

Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.

Подготовка к семинарскому занятию «Основные понятия теорий аудиторий».

Рекомендуемая литература:

Давыдов С.Г. Телевизионные исследования на этапе перехода с аналогового на цифровое вещание в России и странах Европы // От центрального к цифровому: телевидение в России. Воронеж: ВГПУ, 2014. С. 89–112.

Докторов Б.З. Джордж Гэллуп. Биография и судьба. М.: Издательство ООО «Полиграф-Информ», 2011.

Коломиец В.П. Медиасоциология: теория и практика. М.: Восход-А, 2014.

От центрального к цифровому: телевидение в России / под ред. В.В. Струкова, В.В. Зверевой. Воронеж: ВГПУ, 2014.

Ковалёв П.А. Российская телевизионная аудитория. М.: Изд-во Национального института бизнеса, 2007.

Электронные образовательные ресурсы:

1. «Университетская библиотека on-line» <http://biblioclub.ru/>.

2. Учебники, монографии по социологии: <http://socioline.ru/>

3. Федеральный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»: <http://ecsocman.hse.ru/>

4. Международная программа социальных исследований, ISSP: <http://www.issp.org/>

5. Сайт ИС РАН: <http://www.isras.ru/>

Тема 2. История исследований аудитории в редакционной и рекламной практике

Задание:

Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.

Подготовка к семинарскому занятию «Исследование массовых аудиторий в XIX в. – первой половине XX в.».

Рекомендуемая литература:

Адемукова Н.В. Практики исследования аудитории в ведущих российских телекомпаниях // Вектор науки Тульского государственного университета. 2016. № 1. С. 61–66.

Вольфсон Ю.Р. Пассивные методы измерения аудитории телевидения // Вестник российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2010. № 4. С. 49–56.

Дим П. Онлайн-исследования для телевидения и радио // Онлайн исследования в России 3.0. М.: Кодекс, 2012. С. 271–296.

Ковалёв П.А. Российская телевизионная аудитория. М.: Изд-во Национального института бизнеса, 2007.

Коломиец В.П. Медиасоциология: теория и практика. М.: Восход-А, 2014.

Назаров М.М. Измерения аудитории ТВ в современной мультиэкранной среде (практики зарубежных рынков). М.: Восход-А, 2015.

Электронные образовательные ресурсы:

1. «Университетская библиотека on-line» <http://biblioclub.ru/>.

2. Учебники, монографии по социологии: <http://socioline.ru/>

3. Федеральный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»: <http://ecsocman.hse.ru/>

4. Международная программа социальных исследований, ISSP: <http://www.issp.org/>

5. Сайт ИС РАН: <http://www.isras.ru/>

Раздел 2. Методология и методы исследования аудиторий ТВ

Тема 1. Современные методы исследования аудитории ТВ

Задание:

Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.

Подготовка к семинарскому занятию «Современные методы исследования аудитории СМК и их типология».

Рекомендуемая литература:

Вольфсон Ю.Р. Пассивные методы измерения аудитории телевидения // Вестник российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2010. № 4. С. 49–56.

Давыдов С.Г. Телевизионные исследования на этапе перехода с аналогового на цифровое вещание в России и странах Европы // От центрального к цифровому: телевидение в России. Воронеж: ВГПУ, 2014. С. 89–112.

Дим П. Онлайн-исследования для телевидения и радио // Онлайн исследования в России 3.0. М.: Кодекс, 2012. С. 271–296.

Измерение аудиторий: ТВ, радио, Интернет. М.: Медиа комитет, 2003.

Назаров М.М. Измерения аудитории ТВ в современной мультиэкранной среде (практики зарубежных рынков). М.: Восход-А, 2015.

Основы медиабизнеса: учебник для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: «Аспект Пресс», 2014.

Социология журналистики / под ред. С. Г. Корконосенко М.: Юрайт, 2014.

Полуэхтова И.А. Аудитория телевидения: опыт социологического исследования. М.: Издательство Московского университета, 2008.

Электронные образовательные ресурсы:

1. «Университетская библиотека on-line» <http://biblioclub.ru/>.
2. Учебники, монографии по социологии: <http://socioline.ru/>
3. Федеральный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»: <http://ecsocman.hse.ru/>
4. Международная программа социальных исследований, ISSP: <http://www.issp.org/>
5. Сайт ИС РАН: <http://www.isras.ru/>

Тема 2. Консумпционные закономерности телевизионной аудитории в массово-коммуникационных процессах

Задание:

Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.

Подготовка к семинарскому занятию «Консумпционные закономерности аудитории в массово-коммуникационных процессах».

Подготовка презентации «Типология закономерностей поведения телевизионной аудитории».

Рекомендуемая литература:

Давыдов С.Г. Телевизионные исследования на этапе перехода с аналогового на цифровое вещание в России и странах Европы // От центрального к цифровому: телевидение в России. Воронеж: ВГПУ, 2014. С. 89–112.

Основы медиабизнеса: учебник для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: «Аспект Пресс», 2014.

Полуэхтова И.А. Социокультурная динамика российской аудитории телевидения. М.: ООО НИПКЦ, 2010 "Восход-А", 2010.

Социология журналистики / под ред. С. Г. Корконосенко М.: Юрайт, 2014.

Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика. М.: Юрайт, 2014.

Шариков А.В. Ритмы городской телеаудитории России. М.: ВГТРК, 1997.

Электронные образовательные ресурсы:

1. «Университетская библиотека on-line» <http://biblioclub.ru/>.
2. Учебники, монографии по социологии: <http://socioline.ru/>
3. Федеральный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»: <http://ecsocman.hse.ru/>
4. Международная программа социальных исследований, ISSP: <http://www.issp.org/>
5. Сайт ИС РАН: <http://www.isras.ru/>

Тема 3. Стандартные параметры измерения аудитории телевидения

Задание:

Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.

Подготовка к семинарскому занятию «Принципы построения системы стандартных параметров измерения аудитории СМИ».

Рекомендуемая литература:

Давыдов С.Г. Телевизионные исследования на этапе перехода с аналогового на цифровое вещание в России и странах Европы // От центрального к цифровому: телевидение в России. Воронеж: ВГПУ, 2014. С. 89–112.

Ермолаева О.Я., Шариков А.В. Исследования телевизионной аудитории: теория и практика. М.: НАТ, 1997.

Ермолаева О.Я. На пути к общемировому стандарту измерения телевизионной аудитории. М.: Медиа Комитет, 2005.

Назаров М.М. Измерения аудитории ТВ в современной мультиэкранной среде (практики зарубежных рынков). М.: Восход-А, 2015.

Основы медиабизнеса: учебник для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: «Аспект Пресс», 2014.

Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика. М.: Юрайт, 2014.

Электронные образовательные ресурсы:

1. «Университетская библиотека on-line» <http://biblioclub.ru/>.
2. Учебники, монографии по социологии: <http://socioline.ru/>
3. Федеральный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»: <http://ecsocman.hse.ru/>
4. Международная программа социальных исследований, ISSP: <http://www.issp.org/>
5. Сайт ИС РАН: <http://www.isras.ru/>

Тема 4. Диспозиционные закономерности аудитории ТВ в массово-коммуникационных процессах

Задание:

Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.

Подготовка к семинарскому занятию «Теория личностных диспозиций В.А. Ядова».

Рекомендуемая литература:

Давыдов С.Г. Телевизионные исследования на этапе перехода с аналогового на цифровое вещание в России и странах Европы // От центрального к цифровому: телевидение в России. Воронеж: ВГПУ, 2014. С. 89–112.

Назаров М.М. Измерения аудитории ТВ в современной мультиэкранной среде (практики зарубежных рынков). М.: Восход-А, 2015.

Электронные образовательные ресурсы:

1. «Университетская библиотека on-line» <http://biblioclub.ru/>.
2. Учебники, монографии по социологии: <http://socioline.ru/>
3. Федеральный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»: <http://ecsocman.hse.ru/>
4. Международная программа социальных исследований, ISSP: <http://www.issp.org/>
5. Сайт ИС РАН: <http://www.isras.ru/>

Раздел 3. Применение результатов исследований аудиторий ТВ на практике

Тема 1. Использование данных исследований телеаудитории в редакционной и рекламной практике

Задание:

Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.

Подготовка к семинарскому занятию «Использование данных исследований аудитории в редакционной практике».

Рекомендуемая литература:

Воскресенская Н.Г., Фирулина Е.Г. Медиаметрические исследования целевой аудитории: методика количественного анализа: Учебно-методическое пособие. Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2014.

Давыдов С.Г. Телевизионные исследования на этапе перехода с аналогового на цифровое вещание в России и странах Европы // От центрального к цифровому: телевидение в России. Воронеж: ВГПУ, 2014. С. 89–112.

Коломиец В.П. Медиасоциология: теория и практика. М.: Восход-А, 2014.

Назаров М.М. Измерения аудитории ТВ в современной мультиэкранной среде (практики зарубежных рынков). М.: Восход-А, 2015.

Основы медиабизнеса: учебник для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартаковой. – М.: «Аспект Пресс», 2014.

Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию. М.: Аспект Пресс, 2004.

Фомичева И.Д. Социология СМИ. М.: Аспект Пресс, 2007.

Щепилов К.В. Медиаисследования и медиапланирование. М.: РИП- Холдинг, 2007.

Электронные образовательные ресурсы:

1. «Университетская библиотека on-line» <http://biblioclub.ru/>.
2. Учебники, монографии по социологии: <http://socioline.ru/>
3. Федеральный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»: <http://ecsocman.hse.ru/>
4. Международная программа социальных исследований, ISSP: <http://www.issp.org/>
5. Сайт ИС РАН: <http://www.isras.ru/>

2. План-график выполнения самостоятельной работы			
Наименование темы	Количество часов	Форма отчетности	Срок контроля
Раздел 1. Тема 1. Феномен аудитории	4	Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 1
Раздел 1. Тема 2. История исследований аудитории	4	Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 2
Раздел 2. Тема 1. Современные методы исследования аудитории ТВ	4	Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 3
Раздел 2. Тема 2. Консумпционные закономерности телевизионной аудитории в массово-коммуникационных процессах	4	Обсуждение проблемных вопросов, презентация	Семинарское занятие № 4
Раздел 2. Тема 3. Стандартные параметры измерения аудитории телевидения	4	Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 5
Раздел 2. Тема 4. Диспозиционные закономерности аудитории ТВ в массово-коммуникационных процессах	4	Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 6
Раздел 3. Тема 1. Использование данных исследований телеаудитории в редакционной и рекламной практике	4	Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 7
Письменная работа	8	Эссе	Экзамен
ВСЕГО:	36		