

АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Социология рекламы и связей с общественностью

для направления подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

профиль (направленность) «Современные коммуникации и реклама»

Уровень бакалавриата

Квалификация выпускника

Бакалавр

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель учебной дисциплины заключается в формирование у студентов основных представлений, о теоретических проблемах в области социологии рекламы и связей с общественностью, отработка навыков использования полученных знаний и умений их практического применения в профессиональной деятельности рекламиста.

Задачи учебной дисциплины:

- ознакомление с теоретическими, практическими и социальными основами коммуникационного взаимодействия;
- выработать у студентов целостное представление о природе и содержании массовой коммуникации, о месте и роли средств массовой информации в современных глобальных социально-экономических процессах;
- сформировать понимание о роли и сущности рекламы и связей с общественностью в современном обществе;
- выработать практические навыки в области изучения массовой коммуникации, сформировать навыки применения массовой коммуникации при решении профессиональных задач.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина является обязательным элементом части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 ОПОП.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-4; ОПК-7, ПКО-3.

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения профессиональных компетенций
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

		ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
		ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
ПКО-3	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
		ПКО-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
		ПКО-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

1.4. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		7
Аудиторные учебные занятия, всего	64	64
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	32	32
Практические занятия (с использованием деловых игр)	32	32
Самостоятельная работа обучающихся, всего	112	112
В том числе:		
Самоподготовка	72	72
Рефераты/доклады	20	20

Тестирование	20	20
Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет)	4	4
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	5/180	180

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		8
Аудиторные учебные занятия, всего	40	40
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	20	20
Практические занятия (с использованием деловых игр)	20	20
Самостоятельная работа обучающихся, всего	136	136
В том числе:		
Самоподготовка	96	96
Рефераты/доклады	20	20
Тестирование	20	20
Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет)	4	4
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	5/180	180

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		8
Аудиторные учебные занятия, всего	12	12
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	6	6
Практические занятия (с использованием деловых игр)	6	6
Самостоятельная работа обучающихся, всего	164	164
В том числе:		
Самоподготовка	124	124
Рефераты/доклады	20	20
Тестирование	20	20
Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет)	4	4
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	5/180	180

1.5. Содержание учебной дисциплины

№ п/п	Модуль, раздел (тема)
1	Тема 1. Цель, задачи, предмет, объект социологии рекламы и связей с общественностью
2	Тема 2. Коммуникативные системы в социальной практике
3	Тема 3. Массовая коммуникация: основные подходы к определению
4	Тема 4. Массовая коммуникация как процесс воздействия на массовое сознание
5	Тема 5. Средства массовой коммуникации
6	Тема 6. Исследование массовой коммуникации
7	Тема 7. Социальная практика массовой коммуникации