

## Аннотация к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки: 39.03.01 « Социология» (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Социология управления

Форма обучения: Очно-заочная

### 1. Наименование дисциплины - «социология рекламы»

### 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

#### Цель освоения дисциплины:

Сформировать у бакалавров понимание рекламы как значимой части современной социальной реальности, тесно связанной с важнейшими социальными институтами и процессами, с различными проявлениями общественного сознания, а также показать основы функционирования и развития рекламы как социального явления, сформировать системный подход к теоретическому и прикладному социологическому исследованию рекламы.

#### Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

- способностью составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами (ПК-3);
- способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб (ПК-5);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность (ПК-6);

Наименование компетенции	Планируемые результаты обучения
способностью составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами (ПК-3)	<b>знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Основы проектной деятельности</li><li>• Основы работы с нормативной документацией</li></ul> <b>уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• применять понятийно-категориальный аппарат</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• представлять различные научные проекты и аналитические разработки</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Методами анализа причинно-следственных связей научных процессов и явлений</li> <li>• Навыками представления научных и аналитических разработок</li> </ul>
<p>способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб (ПК-5)</p>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Основные процессы происходящие в сфере маркетинга</li> <li>• Основные законы маркетинга и методы работы маркетинговых служб</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Применить знания о законах маркетинга</li> <li>• Описывать и исследовать процессы и явления происходящие в сфере маркетинга</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Методами осуществления проектной деятельности</li> <li>• Методами организации работы маркетинговых служб</li> </ul>
<p>способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность (ПК-6)</p>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Основные методы принятия управленческих решений</li> <li>• Правила и приемы поведения в кризисных ситуациях</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Принимать управленческие решения</li> <li>• Нести ответственность за принятые решения</li> </ul>

	<p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Методами и моделями принятия управленческих решений</li> <li>• Методами управления кризисными ситуациями</li> </ul>
--	---

**Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.18 «социология рекламы» относится к вариативной части блока 1 основных дисциплин и изучается в 7 семестре четвертого курса.

Освоению «социология рекламы» предшествует изучение таких дисциплин, как: «общая социология» и «психология»

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов**

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет - 3 з.е. (108 академических часа).

**5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)**

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины
1	Реклама в рамках маркетингового и социологического подходов.
2	Социология рекламы в системе социологического знания. Социальный дискурс рекламы как предмет социологии рекламы.
3	Социология потребления как основание рекламного воздействия.
4	Мультипарадигмальный подход к рекламе. Реклама в структурной парадигме социологии. Исследование рекламы как социального института.
5	Реклама в интерпретативной парадигме социологии. Исследование рекламы как социальной коммуникации.
6	Реклама в интегративной парадигме социологии. Исследование рекламы как социальной технологии.

7	Реклама в системе социального управления.
8	Алгоритмизация рекламы как социальной технологии. «Макдональдизация» и креатив в рекламе.
	Форма промежуточной аттестации: экзамен