

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 06.05.2024 13:44:36  
Уникальный программный ключ:  
e4e919f04dc802624637575c97796a744138b177b881d38f9301d8c2340974f9

## 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 формировании 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
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>64</b>	<b>64</b>
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	32	32
Практические занятия (с использованием деловых игр)	32	32
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>112</b>	<b>112</b>
В том числе:		
Самоподготовка	72	72
Рефераты/доклады	20	20

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

#### *Очно-заочная форма обучения*

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

#### *Заочная форма обучения*

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

#### **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