

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Хагуров Т.А.



«31» мая 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) Б1.О.06 СОЦИОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.01 реклама и связи с
общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация реклама и связи с
общественностью в СМИ

(наименование направленности (профиля) специализации)

Форма обучения заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация

выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2019

Рабочая программа дисциплины Б1.О.06 Социология рекламы составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):

В.В. Касьянов, проф., д-р ист. н., д-р социол. н., проф.
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.О.06 Социология рекламы утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 10 «17» мая 2019 г.

Заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 10 «17» мая 2019 г.

Заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.
фамилия, инициалы

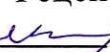

подпись

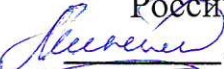
Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 11-19 «22» мая 2019 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

 С.Н. Шаповалов, канд. истор. наук, доцент, доцент кафедры истории России ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

 А.А. Минский, ведущий консультант отдела реализации государственной политики в области информационного обеспечения департамента информационной политики Краснодарского края

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины «Б1.О.06 Социология рекламы» ЗФО

Направление подготовки/специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины:

изучение функционирования института рекламы в современном социуме, социологических методов обеспечения рекламной деятельности, анализа эффективности рекламы, анализ института рекламы как особого канала коммуникации и механизма конструирования социальной реальности.

Задачи дисциплины:

- сформировать представление о социологии рекламной деятельности как социологической теории среднего уровня; о социологических факторах развития рекламы как массового явления;
- рассмотреть вопросы влияния рекламы на индивида и общество в целом, на общественное мнение и ценности;
- изучить коммуникационные технологии рекламы, методы социологического исследования, применяющиеся для обеспечения рекламной кампании;
- раскрыть социальную эффективность рекламы, взаимодействие социально-экономических, социально-психологических, эстетических и этических критериев в оценке рекламы.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Социология рекламы» относится к *обязательной части* Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем

Основные разделы дисциплины: Социологические подходы к исследованию рекламной деятельности; Социологические факторы возникновения рекламы как массового явления; Массовое сознание как объект рекламы; Реклама и ценностные ориентации общества; Роль рекламы в инновационных процессах общества и их механизмах; Социологические исследования аудитории и средств массовой коммуникации; Социологическое обеспечение рекламной кампании.

Курсовые работы: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор РПД – Касьянов В.В., д-р ист. наук, д-р социол. наук, профессор