

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Липецкий государственный педагогический университет»**

Основная образовательная программа

Направление подготовки: 39.03.01

Профиль: Социология организаций и управление

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Срок обучения: 4 года (лет)

Год утверждения: 2014 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Социология рекламы

1. Цель дисциплины: изучение студентами реального функционирования института рекламы в современном социуме, социологических методов обеспечения этой деятельности и формирование системного комплекса знаний, навыков и умений по данному направлению обучения.

2. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций:

Коды	Содержание компетенций
ПК-10	способностью использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук в аналитической работе, консультировании и экспертизе в рамках производственно-прикладной деятельности

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные функции социологии рекламы,
- современные социально-правовые и социально-экономические проблемы российского общества, связанные с рекламной деятельностью,
- основные методы и направления исследований рекламы;

Владеть:

- методами определения специфики научно-исследовательской и социально-проектной работы с рекламой.

Уметь

- организовывать социологическое исследование в предметном поле социологии рекламы,
- использовать информационные технологии для поиска, сбора и визуализации информации..

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часа).

5. Семестры:

Семестр	Трудоемкость								Контроль		
	ЗЕТ	Часов всего	Аудиторная работа	Лекции	Семинары/практика	Лабораторные занятия	Индивидуальные занятия	Самостоятельная работа	Контрольные работы	Зачеты, экзамены*	Курсовые работы
6	2	72	36	18	18			36		3	

* З – зачет, О – зачет с оценкой, Э - экзамен

6. Основные разделы дисциплины:

1. Реклама как социальный институт и форма коммуникации
2. Реклама и ценностные ориентации общества
3. Функции и социальное влияние рекламы
4. Изучение аудитории рекламы. Типологии потребителей рекламы
5. Мотивационный профиль в рекламе. Динамика его изменения
6. Отношение населения к рекламе
7. Проблемы взаимоотношения рек-ламных агентств с заказчиками
8. Социологические методы изучения рекламы и рекламного рынка
9. Социологическое обеспечение рекламной кампании

7. Автор(ы) (ФИО, ученая степень, должность):

к.п.н. доцент Кузьмина Е.Е.