

## Аннотация дисциплины Б.1.1.23 Дисциплина. Социология рекламы и связей с общественностью

Дисциплина "Социология рекламы и связей с общественностью" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Реклама и связи с общественностью в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях" направления подготовки "42.03.01 Реклама и связи с общественностью".

Дисциплина изучается в 5, 6 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 180/5 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме балльно-рейтинговый контроль, без контрольной акции.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
2. ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
3. ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Истоки социологии как науки и учебной дисциплины. Подходы к определению предмета социологии. Функции социологии.
2. Структура социологии. Уровни знания и отрасли социологии. Методы социологии. Социология как отрасль знания и учебная дисциплина.

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: дискуссионные, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, деловая игра, классическая лекция, лекция с элементами мозгового штурма, мини-проекты, ролевая игра.