

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/
(Ф.И.О. декана (директора института))

30.06.2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б.1.1.23 Социология рекламы и связей с общественностью

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки
(специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Направленность

Реклама и связи с общественностью в государственных,
коммерческих и некоммерческих организациях

Курс 3
Семестр 5, 6

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	180 / 5	часов/зачетных единиц
Лекции	8	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	10	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	18	часов
Контактная работа по экзамену	-	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	162	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	-	часов
Экзамен	-	семестр
Зачет	-	семестр
БРК, ДЗ	6	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

доцент с ученой степенью кандидата наук	СНиТ	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина
Кафедра социальных наук и технологий

04.02.2021	протокол №	5	(наименование кафедры)
(дата)			
Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев	
		(И.О. Фамилия)	

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими)
кафедрой(ами).
СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит
выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Михаил Ананьевич Винокуров, главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 01.07.2021 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
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	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	знания: Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития умения: Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития навыки: Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
	ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	знания: Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. умения: Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. навыки: Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
2. ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	знания: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп умения: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп навыки: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

деятельности	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	знания: 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 умения: 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 навыки: 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
3. ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности и	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	знания: Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности умения: Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности навыки: 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	знания: Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом умения: Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом навыки: Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации (ОПК-2), Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации (ОПК-2), Теория и практика медиакоммуникаций (ОПК-4), Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе (ОПК-4), Теория и практика медиакоммуникаций (ОПК-4), Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации (ОПК-7), Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации (ОПК-7)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих дисциплинах: Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы (ОПК-2), Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы (ОПК-2), Организация и проведение коммуникационных компаний (ОПК-4), Организация и проведение коммуникационных компаний (ОПК-4), Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы (ОПК-7), Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы (ОПК-7), Организация и проведение коммуникационных компаний (ОПК-7), Менеджмент в рекламе и связях с общественностью (ОПК-7), Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы (ОПК-7), Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы (ОПК-7), Организация и проведение коммуникационных компаний (ОПК-7), Менеджмент в рекламе и связях с общественностью (ОПК-7); практиках: Преддипломная практика (ОПК-2), Преддипломная практика (ОПК-2), Преддипломная практика (ОПК-4), Преддипломная практика (ОПК-4), Преддипломная практика (ОПК-7), Преддипломная практика (ОПК-7); государственной итоговой аттестации в форме: Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-2), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-2), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-4), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-4), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-7), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-7)

Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: задания, классическая лекция

Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Социология как наука и практика	72	ОПК-2, ОПК-4, ОПК-7
Лекция. Истоки социологии как науки и учебной дисциплины. Подходы к определению предмета социологии. Функции социологии.	2	

Лекция. Структура социологии. Уровни знания и отрасли социологии. Методы социологии. Социология как отрасль знания и учебная дисциплина.	2	
Практическое занятие. Социальные группы и общности	2	
Практическое занятие. Социология личности	2	
Практическое занятие. Социология массовых коммуникаций	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение конспектирования источников и учебной литературы, изучение материала и подготовка к текущему контролю, написание докладов, эссе, изучение дополнительного материала	62	
Иная контактная работа:	0	

6 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Социология рекламы и со	108	ОПК-2, ОПК-4, ОПК-7
Лекция. Реклама и связи с общественностью в призме социологического знания и практики	2	
Лекция. Социологические исследования в РК и СО	2	
Практическое занятие. Социальная инженерия в РК и СО	2	
Практическое занятие. Социальные технологии в РК и СО	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение конспектирования источников и учебной литературы, изучение материала и подготовка к текущему контролю, написание докладов, эссе, изучение дополнительного материала	100	
Иная контактная работа: выполнение контрольной работы	0	

Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины Социология рекламы и связей с общественностью рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности. **Занятия лекционного типа** дают систематизированные знания по дисциплине Социология рекламы и связей с общественностью, концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации.

Подготовка к **занятиям семинарского типа** включает ознакомление с планом практического занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания, работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины Социология рекламы и связей с общественностью. Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины Социология рекламы и связей с общественностью, оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины Социология рекламы и связей с общественностью, к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Изучение дисциплины Социология рекламы и связей с общественностью включает выполнение контрольной работы.

Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе. Условия аттестации приведены в технологической карте,

входящей в состав рабочей программы дисциплины Социология рекламы и связей с общественностью. Формой промежуточной аттестации по дисциплине Социология рекламы и связей с общественностью является балльно-рейтинговый контроль.

Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ		
1.	Эйтчисон, Джим. Разящая реклама [Текст] : как создать самую лучшую в мире печатную рекламу брендов в XXI веке : [классический бестселлер] / Джим Эйтчисон ; [пер. с англ. Б. Л. Глушака, Ю. А. Полонской]. 2-е изд. М.: Вильямс, 2007. - 498 с. ISBN 978-5-8459-1261-9. Экземпляры: всего 20.	20
2.	Борщевский, Георгий Александрович. Связи с общественностью в органах власти [Текст : Электронный ресурс] : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. Москва: Юрайт, 2022. - 267 с ISBN 978-5-534-04736-3.	https://urait.ru/bcode/492969
3.	Нартов, Н. А. Социология [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Н. А. Нартов, О. А. Рыхлов, В. Н. Нартов. 6-е изд. Москва: Дашков и К, 2015. - 544 с. ISBN 978-5-394-02450-4.	http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70654
4.	Социология общества потребления [Текст] : управляющий блок УМК для направлений подготовки бакалавров 100100.62 "Сервис", 040400.62 "Социальная работа", 100400.62 "Туризм" очной формы обучения / Министерство образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО "Поволжский государственный технологический университет"; [составитель А. И. Тюленев]. Йошкар-Ола: ПГТУ, 2014. - 43 с. Экземпляры: всего 23.	23 / https://portal.volgatech.net/books/Tjulenev_sociologija_obshestva_potreblenija.pdf
5.	Кравченко, Сергей Александрович. Социология. Социальная диагностика жизни [Текст] : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. А. Кравченко; МГИМО (университет). Москва: Юрайт, 2016. - 295, [1] с. ISBN 978-5-9916-6803-3. Экземпляры: всего 10.	10
6.	Чамкин, Анвар Сергеевич. Социология коммуникации [Текст] : учебное пособие / А. С. Чамкин. Москва: ИНФРА-М, 2016. - 293, [1] с. ISBN 978-5-16-005544-2. Экземпляры: всего 12.	12
7.	Павленок, П.Д. Социология [Электронный ресурс] / П. Д. Павленок, Л. И. Савинов, Г. Т. Журавлев. Москва: Дашков и К, 2016. - 736 с. ISBN 978-5-394-01971-5.	http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=93308
ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ		
1.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	http://elibrary.ru

2.	Научная электронная библиотека «Киберленинка»	http://cyberleninka.ru
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ		
1.	Справочно-правовая система Консультант+	http://www.consultant.ru
2.	Информационно-правовой портал Гарант	http://www.garant.ru
3.	Профессиональные справочные системы Техэксперт	http://www.cntd.ru

6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	333 (I)	Проектор мультимедийный Hitachi CP- RX93 (1), Телевизор LG 29M60 (1), Телевизор LG 72" CT-29 K35 VE (1), Экран настен. рулон. 200*200 см. Springroller Type D Medium (1), Экран настенный 200x200см (1), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач

Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
- умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
- умение применять теоретические знания при решении практических заданий.

Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий.	удовлетворительно
Продвинутый уровень	Обучающийся твердо знает программный материал, излагает его грамотно и по существу, не допускает	хорошо

	существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	
Высокий уровень	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, грамотно и логически стройно его излагает, дает исчерпывающие ответы на поставленные вопросы. В ответе тесно увязывается теория с практикой, при этом обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает знакомство с монографической литературой, периодическими изданиями, правильно обосновывает принятые решения, свободно владеет разносторонними навыками, приемами выполнения практических работ	отлично

7.1. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе

1. Предмет социологии с точки зрения позитивизма:

- А. Социальное действие
- Б. Социальные связи
- В. Законы общественного развития
- Г. Социальные факты

2. Предмет социологии с точки зрения субъективного подхода:

- А. Социальное действие
- Б. Социальные связи
- В. Законы общественного развития
- Г. Социальные факты

3. Предмет социологии с точки зрения интегративного подхода:

- А. Социальное действие
- Б. Социальные связи
- В. Законы общественного развития
- Г. Социальные факты

4. Основателем социологии является:

- А. Огюст Конт
- Б. Эмиль Дюркгейм
- В. Макс Вебер
- Г. Вильфредо Парето

5. Огюст Конт называл социологию:

- А. Социальной химией
- Б. Социальной физикой
- В. Социальной биологией
- Г. Социальной динамикой

6. Наиболее близкими к социологии науками и по возрасту, и по историческому развитию, и по отношению к философии как к прародительнице считают:

- А. Психологию и политологию
- Б. Политологию и конфликтологию
- В. Физику и химию
- Г. Биологию и астрономию

7. Какая функция социологии позволяет получать новое социологическое знание, создавать и уточнять теории, концепции, общий взгляд на общество, его социальные связи:

- А. Прогностическая
- Б. Гносеологическая
- В. Информационная

8. Какая функция социологии позволяет предсказывать будущее?

- А. Прогностическая
- Б. Гносеологическая
- В. Информационная

9. Какой из перечисленных методов социологии является общенаучным?

- А. Системный подход
- Б. Контент-анализ
- В. Социальный эксперимент

10. Какой из перечисленных методов социологии является специфическим?

- А. Системный подход
- Б. Контент-анализ
- В. Анализ

11. Духовное и материальное окружение, определяющее поведение людей, т. е. объективную внешнюю среду это:

- А. Социальные факты

Б. Социальные действия

В. Социальные связи

12. Решение основной дилеммы социологии «личность-общество» с позиции общества, «сверху», рассматривая его как социокультурную систему подразумевает:

А. Субъективный подход

Б. Объективный подход

В. Социальный подход

13. Для какого подхода характерно начинать исследования от человека, индивидуальных связей и отношений, переходя затем к групповым, социальным и т. д.?

А. Субъективный подход

Б. Объективный подход

В. Социальный подход

14. В выделении элементов социального взаимодействия и определении их роли и значения заключается:

А. Структуралистский подход

Б. Функциональный подход

В. Системный подход

15. Направлением субъективного подхода к анализу общества является:

А. Структурно-функциональный подход

Б. Символический интеракционизм

В. Структурализм

16. Системный анализ является направлением:

А. Субъективного подхода к анализу общества

Б. Объективного подхода к анализу общества

В. Символического подхода к анализу общества

17. С точки зрения какого подхода действительность, реальный мир зависит от сознания индивидов, их интерпретации феноменов этого мира, при этом индивиды воспринимают мир как объективный, независимый от них:

А. Феноменология

Б. Символический интеракционизм

В. Структурный функционализм

18. Основными элементами общества как социокультурной системы являются:

А. Природная среда, люди, культура

Б. Искусство, люди, культура

В. Ценности, люди, культура

19. Созданная людьми искусственная материальная (предметная) и идеальная среда, определяющая социальную жизнь людей это:

А. Культура

Б. Общество

В. Социум

20. Образцы поведения это элемент

А. Идеальной составляющей культуры

Б. Материальной составляющей культуры

21. Идеальные представления и материальные объекты определенных людей исоциальных групп, имеющие для них большое значение и определяющие ихсоциальное поведение:

А. Образцы поведения

Б. Нормы

В. Ценности

22. Правила, положения, осуществляющие руководящую функцию по отношению к определенным социальным группам или обществу в целом:

А. Образцы поведения

Б. Нормы

В. Ценности

23. Готовые алгоритмы действий, выработанные на основе социальных ценностей и норм, приемлемость которых в данном обществе не только не вызывает сомнений, но и является единственно желательной:

А. Образцы поведения

Б. Нормы

В. Ценности

24. Продолжающийся всю жизнь процесс усвоения культурных норм и освоения социальных ролей:

А. Интеграция

Б. Социализация

В. Объективация

25. Первичные социальные группы относятся к сфере

А. Личностных отношений, то есть неформальных.

Б. Деловых отношений, то есть формальных контактов.

26. Способ усвоения индивидом ценностей и норм, усвоение ребёнком взрослых моделей поведения как своих собственных:

А. Имитация

Б. Идентификация

В. Идентичность

27. Осознанное стремление копировать поведение других:

А. Имитация

Б. Идентификация

В. Идентичность

28. Положение личности в социальном пространстве:

А. Социальная роль

Б. Социальный статус

В. Социальная идентичность

29. Небольшие, очень тесно сплоченные социумы, все члены которых живут вместе и рядом и за счет многочисленных повседневных контактов очень хорошо знают друг друга:

А. Первичные группы

Б. Вторичные группы

В. Третичные группы

30. Объединение людей во главе с коммуникатором (например, концертная или радиоаудитория):

А. Публика

Б. Толпа

В. Аудитория

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

1. Предмет, структура и функции социологии.
2. Понятие «социального» в социологии. Связь социологии с другими науками.
3. Социальные концепции Античности (Платон, Аристотель)
4. Особенности социальных концепций Возрождения и Нового времени (Макиавелли, Гоббс).
5. Социальные концепции французского Просвещения (Монтескье, Руссо и др.)
6. Становление социологии как научной дисциплины. Конт об основных принципах социологии как позитивной науки. Предмет и метод социологии.
7. Социологическая теория О. Конта: социальная статика и социальная динамика.
8. Натуралистическая социология. Учение Г. Спенсера об обществе как социальном организме. Эволюционная теория Г. Спенсера.
9. Э. Дюркгейм о предмете и методе социологии. Концепция социологизма.
10. Социологическая концепция самоубийства Э. Дюркгейма.
11. Понимающая социология М. Вебера. Концепция социального действия. Категория «идеального типа» и ее применение в социологии.
12. Развитие эмпирической социологии на Западе (П. Сорокин, Т. Парсонс).
13. Особенности формирования социологии в России.
14. Современные социологические теории (теория конфликтов, теория обмена и др.).

15. Понятие «общество» и его структура.
16. Социальные институты и социальные общности.
17. Социальные группы и социальные институты.
18. Личность как основная категория социологии. Соотношение: человек — индивид — личность.
19. Процесс социализации как способ становления личности. Этапы, агенты, механизмы социализации.
20. Понятие социального статуса и его виды. Статусный набор.
21. Понятие социальной роли. Формы выражения роли.
22. Ролевой конфликт. Формы ролевого конфликта (виды).
23. Понятие социальной стратификации. Исторические типы стратификации.
24. Понятие и виды социальной мобильности.
25. Социологическое исследование и его виды.
26. Структура социологического исследования, его элементы и этапы.
27. Основы выборочного исследования (понятия генеральной совокупности, выборки, единицы совокупности, правила определения выборки и др.). Виды выборки.
28. Метод наблюдения. Виды и область применения. Достоинства и недостатки метода.
29. Социологический эксперимент. Виды и этапы проведения. Достоинства и недостатки метода.
30. Анализ документов. Классификация документов. Виды анализа документов. Область применения, достоинства и недостатки метода.
31. Методы опроса: анкетирование, интервьюирование, экспертный и социометрический опросы.
32. Макет анкеты. Классификация вопросов.
33. Почтовый, прессовый и телефонный опросы.