

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.02.2018 15:05:21

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da143f4133e27a0ee37e75819

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра социологии и политологии

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

Рабочая программа дисциплины

Социология рекламы

Направление подготовки: 39.03.01 Социология

Профиль подготовки: Социология социокультурных изменений

Квалификация: бакалавр

Факультет философии, социологии и культурологии

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 7 (4.1) | | Итого | |
|---|---------|-----|-------|-----|
| | Неделя | | | |
| Вид занятий | уп | рпд | уп | рпд |
| Лекции | 18 | 18 | 18 | 18 |
| Практические | 18 | 18 | 18 | 18 |
| В том числе инт. | 14 | 14 | 14 | 14 |
| Итого ауд. | 36 | 36 | 36 | 36 |
| Контактная работа | 36 | 36 | 36 | 36 |
| Сам. работа | 36 | 36 | 36 | 36 |
| Часы на контроль | 36 | 36 | 36 | 36 |
| Итого | 108 | 108 | 108 | 108 |

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Формирование знаний в области функционирования рекламы в современном обществе.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ОД

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ПК-5: способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб****Знать:**

основные этапы и подходы в изучении рекламы; функции рекламы в обществе; разнообразие рекламных процессов; знать основные методы исследования рекламы и уметь применять их в своей практической деятельности.

Уметь:

ориентироваться в современных социальных процессах, протекание которых находится под влиянием рекламы в обществе; проявить глубокое знание теоретических источников; анализировать с учетом полученных знаний современную информационную политику рекламы.

Владеть:

способностью разрабатывать планы рекламного управления для конкретных типов организаций; разрабатывать программы социологического исследования рекламы; осуществлять оценку эффективности рекламы.