

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**Институт отраслевого менеджмента
Факультет маркетинга, рекламы и сервиса**

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры
рекламы и связей с общественностью
Протокол от «___» _____ 201_ г.
№ _____

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ОД.5 СОЦИОЛОГИЯ В РЕКЛАМЕ и PR**

Направление подготовки
38.04.02 – Менеджмент

Направленность (профиль) «Управление рекламным и медиабизнесом»

Квалификация: Магистр

Очная форма обучения

Год набора - 2018

Москва, 2018 г.

Автор(ы)–составитель(и):
Маркин И. М.

Заведующий кафедрой Д.ф.н. Евстафьев В.А.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы	Ошибка! Закладка не
2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО	6
3. Содержание и структура дисциплины (модуля)	7
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	10
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) ..	26
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	28
6.1. Основная литература.	28
6.2. Дополнительная литература.	28
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.	28
6.4. Нормативные правовые документы.	29
6.5. Интернет-ресурсы.	29
6.6. Иные источники.	29
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	29

1. Цель и задачи дисциплины

Основная цель курса «Социология в рекламе и PR» – дать студентам глубокие знания теоретических основ и закономерностей функционирования социологической науки, выделяя ее специфику, раскрывая принципы соотношения методологии и методов социологического познания;

помочь овладеть этими знаниями во всем многообразии научных социологических направлений, школ и концепций, в том числе и русской социологической школы;

способствовать подготовке широко образованных, творческих и критически мыслящих специалистов, способных к анализу и прогнозированию сложных социальных проблем и овладению методикой проведения социологических исследований.

Основными задачами дисциплины являются:

изучение основных этапов развития социологической мысли и современных направлений социологической теории;

определение общества как социальной реальности и целостной саморегулирующейся системы; социальных институтов, обеспечивающих воспроизводство общественных отношений; основных этапов культурно-исторического развития обществ, механизмов и форм социальных изменений; социологического понимания личности, понятия социализации и социального контроля; личности как субъекта социального действия и социальных взаимодействий; межличностных отношений в группах; особенностей формальных и неформальных отношений; природы лидерства и функциональной ответственности; механизма возникновения и разрешения социальных конфликтов; культурно-исторических типов социального неравенства и стратификации; представления о горизонтальной и вертикальной социальной мобильности; основных проблем стратификации российского общества, возникновения классов, причины бедности и неравенства, взаимоотношений социальных групп, общностей, этносов; представлений о процессе и методах социологического исследования.

Процесс изучения дисциплины «Социология в рекламе и PR» направлен на формирование компетенций или элементов следующих компетенций:

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

1.1. Дисциплина «Социология в рекламе и PR» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2	способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	ПК-2.2	Различие тактического и стратегического плана менеджмента с умением критически осмыслить происходящие события.
ПК-5	владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК-5.2.	Способность применять методы экономического и стратегического анализа для оценки мотивов действий экономических агентов

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта) / профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Умение анализировать происходящие события, видеть перспективы действий собственных и конкурентов, и возможность делать адекватные реакции на запросы пользователей	ПК – 2.2	<p>на уровне знаний: знать устройство общества и мотивы его изменений</p> <p>на уровне умений: проводить социологические исследования и писать аналитические отчеты по ним</p> <p>на уровне навыков: умение составить дизайн интервью и написать отчет по массиву полученных данных</p>
Умение давать оценку причинам и следствиям действий экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК – 5.2	<p>Результаты обучения</p> <p>на уровне знаний: знать основные методы экономического и стратегического анализа в рекламе и PR</p> <p>на уровне умений: систематизировать причины и следствия действий экономических агентов</p> <p>на уровне навыков: умение моделировать развитие рынка рекламы и PR в глобальной коммуникативной среде</p>

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Социология в рекламе и PR» входит в вариативную часть обязательных дисциплин (индекс Б1.В.ОД.5).

Содержание курса логически взаимосвязано с содержания курсов «История», «Философия», «Культурология». Социология, в отличие от других гуманитарных дисциплин, помогает студентам понять окружающие их социальные явления и процессы, происходящие в данный момент в России, исследует острые общественные вопросы социального неравенства, бедности и богатства, межнациональных, экономических и политических конфликтов, болезненных процессов, происходящих во всех институтах российского общества, формируя активную жизненную и гражданскую позицию студенчества, их ценностные ориентации, в том числе и профессиональные.

Глубокое усвоение материала обеспечивается сочетанием аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов с литературой и нормативными документами. Основным видом учебных занятий по данной дисциплине являются лекции. Практические занятия проводятся в виде дискуссий, семинаров, группового проектного обучения, а также использования кейсов. Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра: для студентов очной формы обучения – в 1 семестре.

По дисциплине осуществляется текущий контроль на дневном обучении и итоговый контроль в форме зачета с оценкой.

Распределение часов по различным видам работ представлено в таблице.

4. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах – 3, количество академических часов – 108 часов.

Таблица 2.

Объем дисциплины (модуля)

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины (модуля), час.												
		Всего	Семестр (триместр), курс ³											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная форма обучения														
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:														
лекционного типа (Л)		8	8											
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)		16	16											
практического (семинарского) типа (ПЗ)		4	4											
контролируемая самостоятельная работа обучающихся (КСР)														
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		80	80											
Промежуточная аттестация	форма	зачет с оценкой	зачет с оценкой											
	час.													
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		108/3	108/3											
Очно-заочная форма обучения														
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:														
лекционного типа (Л)		8	8											

лабораторные работы (практикумы) (ЛР)		16	16											
практического (семинарского) типа (ПЗ)		4	4											
контролируемая самостоятельная работа обучающихся (КСР)														
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		80	80											
Промежуточная аттестация	зачет	зачет												
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		108/3	108/3											

5. Содержание и структура дисциплины

Таблица 3.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
Тема 1	Предмет социологии. Структура и методы социологического исследования	Определение социологии, ее объекта, предмета и метода. Социология и естественные науки: математика, информатика, статистика. Социология в системе гуманитарных наук: история, социальная философия, социальная психология. Социология и науки, изучающие отдельные сферы общественной жизни (экономика, правоведение, политология, культурология, социальная антропология и др.).	ПК-2 ПК-5	31, У1, В1 32, У2, В2
Тема 2	История становления и развития социологии	Социология как наука об обществе. Объективные предпосылки возникновения западной социологии. Становление научной социологии в 40-е годы XIX столетия. О.Конт - родоначальник социологии. Позитивизм в социологии. Социология как наука о «порядке и прогрессе». Специфика сравнительно-исторического метода у Конта.	ПК-2 ПК-5	32, У2, В2 33, У3, В3

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
Тема 3	Общество как социокультурная система	Понятие об обществе как системном образовании. Основные понятия «система» и «общество» и их соотношение. Основные признаки общества. Важнейшие подсистемы общества. Общество как социокультурный организм. Культура как система ценностей и норм, регулирующих взаимосвязи в обществе. Проблемы социокультурных отношений современного общества.	ПК-2 ПК-5	34, У4, В4 35, У5, В5 36, У6, В6
Тема 4	Социальные общности и социальная структура общества.	Определение понятия «социальная группа». Различные виды социальных общностей. Факторы, влияющие на формирование социальных групп. Типология социальных групп по степени внутригруппового контроля. Большие и малые группы. Изучение сплоченности малой группы (социометрический метод Дж. Морено). Первичные и вторичные группы (Ч.Кули), референтные группы (Г.Хаймена). Коммуникационные связи в группах. Определение и функции лидерства в группах. Группообразующие процессы в современном обществе.	ПК-2 ПК-5	36, У6, В6

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
Тема 5	Социальные институты и организации	Понятие «социальный институт». Институт как элемент социальной системы общества. Подходы к определению социального института (О.Конт, Г.Зиммель, Ф.Теннис, М.Вебер, А.Миллер, Г.Веблен, Г.Парсонс) и др. Общие показатели, отражающие основные компоненты социальных институтов. Структура социальных институтов, их типология и иерархия. Функции, цели и задачи социальных институтов.	ПК-2 ПК-5	
Тема 5	Социализация личности	Человек как биосоциальная система. Понятие о биологической и культурной эволюции. Парадигмы «социального поведения» (Ф.Бегесс, Д.Хаманс, П.Блау). Формирование личности. Определение и структура личности. Социальные типы личности. Понятие социального статуса и социальной роли. Деятельность и социальное действие личности. Социальная среда, активность и социализация личности. Социализация как социокультурный процесс: его особенности и стадии.	ПК-2 ПК-5	

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
Тема 7	Социальный контроль	Понятие социальной нормы, социального порядка, социального контроля. Социальный контроль как механизм социальной регуляции поведения людей. Элементы социального контроля: нормы и санкции. Классификация социальных норм. Типология социальных санкций. Внешний и внутренний контроль. Функции социального контроля.	ПК-2 ПК-5	
Тема 8	Социальные конфликты	Возникновение теории социальных конфликтов. Теоретические разработки проблемы социальных конфликтов К.Марксом и Г.Зиммелем. Конфликтная парадигма Р.Дарендорфа. Функциональная теория конфликта Л.Козера. Элементы теории социального конфликта. Функции социального конфликта.	ПК-2 ПК-5	

Таблица 4.

Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КС Р		
Очная форма обучения								
Тема 1	Предмет социологии. Структура и методы социологического исследования	13	1		2		10	
Тема 2	История становления и	13	1		2		10	

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КС Р		
Очная форма обучения								
	развития социологии							
Тема 3	Общество как социокультурная система	13	1	2			10	
Тема 4	Социальные общности и социальная структура общества.	13	1	2			10	
Тема 5	Социальные институты и организации	13	1	2			10	
Тема 6	Социализация личности	15	1	4			10	
Тема 7	Социальный контроль	15	1	4			10	
Тема 8	Социальные конфликты	13	1	2			10	
Промежуточная аттестация		зачет						
Всего:		108	8	16	4		80	
Очно-заочная форма обучения								
Тема 1								
Тема 2								
Тема n								
Промежуточная аттестация								
Всего:								

Примечание: 4 – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), коллоквиум (К), эссе (Э), реферат (Р), диспут (Д) и др.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Самостоятельное изучение разделов дисциплины

№ раздела	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов
-----------	--	--------------

1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проект позитивной науки об обществе: сравнительный анализ взглядов А. де Сен-Симона и О. Конта. 2. Влияние английской политэкономии XIX в. на развитие эволюционной социологии Г. Спенсера. 3. Интеллектуальные истоки социологии Э. Дюркгейма: влияние идей Ш.Л. Монтескье и Г. Спенсера. 4. М. Вебер о методологии социальных наук. 	10
2	<ol style="list-style-type: none"> 5. Методологические взгляды Г. Зиммеля: сущность общества и методы его исследования. 6. Теории социальной дифференциации Г. Спенсера и Э. Дюркгейма: сравнительный анализ. 7. Проблема отчуждения в творчестве К. Маркса. 	10
3	<ol style="list-style-type: none"> 8. Теория социальных и экономических циклов В. Парето: основные понятия и механизмы циклических изменений. 9. Проблема стадий социетальной эволюции в трудах М.М. Ковалевского. 10. Классические истоки структурного функционализма Т. Парсонса: влияние Э. Дюркгейма и Б. Малиновского. 	10
4	<ol style="list-style-type: none"> 11. Социальные обследования конца XIX — начала XX в. и формирование современных методов социальных наук. 12. П. Сорокин о социологическом реализме и номинализме. 13. Социологические интерпретации «аномии»: от Э. Дюркгейма к Р. Мертону. 	10
5	<ol style="list-style-type: none"> 14. «Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология» Э. Гуссерля и анализ социальных структур жизненного мира в работах А. Шюца: формирование исследовательской программы социальной феноменологии. 15. Возникновение структуралистской парадигмы в социологии: влияние культурной антропологии и лингвистики. 16. Концепция «искаженной коммуникации» в социальных науках: от З. Фрейда к Ю. Хабермасу. 	10
6	<ol style="list-style-type: none"> 17. Влияние В. Виндельбанда и Г. Риккерта на формирование современной социологической методологии. 18. Американский прагматизм и основные принципы символического интеракционизма Чикагской школы: сходство и различия. 19. Бихевиоризм Б.Ф. Скиннера и возникновение теории социального обмена. 	10
7	<ol style="list-style-type: none"> 20. Классическая социологическая традиция и формирование социальных теорий тендера. 21. Марксистские теории империализма (Р. Хильфердинг, Р. Люксембург, В.И. Ленин) и мир-системная теория И. Воллерстайна. 22. Марксистская теория идеологии и возникновение исследовательской программы социологии знания. 	10

8	23. Философия Л. Витгенштейна и современная социологическая теория.	10
	24. Классическая эволюционная теория, неodarвинизм и перспективы социобиологии.	
	25. Эволюция идеи измерения в социологии: от А. Кетле к П. Лазарсфельду.	
Итого:		80

7 Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

При реализации дисциплины «Социология в рекламе и PR» направления 38.04.02 – Менеджмент используются *интерактивные* формы проведения занятий.

Поскольку интерактивное обучение – это, прежде всего, диалоговое обучение, в ходе которого осуществляется взаимодействие между студентом и преподавателем, между самими студентами, в том числе с использованием информационных технологий и технических средств. Для решения воспитательных и учебных задач в дисциплине «Социология в рекламе и PR» в рамках коллоквиумов используются следующие интерактивные формы:

- мозговой штурм (мозговая атака);
- ролевые игры (разыгрывание ролей);
- кейс-метод (разбор конкретных ситуаций);
- работа в малых группах.

В рамках развития интерактивных форм обучения на дисциплине «Социология в рекламе и PR» разработаны презентации с возможностью использования различных вспомогательных средств: интерактивной доски, книг, видео, слайдов, компьютеров и т.п.

8. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

Список вопросов для подготовки к зачету с оценкой

1. Предмет социологии.
2. Структура и уровни социологического знания.
3. Опрос как метод получения первичной информации.
4. Метод наблюдения.
5. Тесты в социологическом исследовании.
6. Основные парадигмы современной западной социологии.
7. Социологическая мысль в России.
8. Понятие общества.
9. Типология обществ.
10. Ранние общества.

11. Аграрное общество.
12. Индустриальное общество.
13. Постиндустриальное общество.
14. Социальные изменения: основные понятия и концепции.
15. Социальная структура и стратификация.
16. Социальные институты.
17. Институт семьи.
18. Социальные группы и организации.
19. Малые группы.
20. Личность и социализация.
21. Ролевая концепция личности.
22. Социальный контроль.
23. Характеристики девиантного поведения.
24. Молодёжная субкультура.
25. Массовая коммуникация как социальное явление.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

9.1. Основная литература

1. Кравченко А.И. Социология. - М.: Юрайт, 2011
3. Общая социология. (Под общ. ред. проф А. Г. Эфендиева). М., 20089
4. Штомпка П. Социология. Анализ современного общества. М., 2010
5. Немировский В.Г. История социологии. М., 2009.
6. Плахов В.Д. Западная социология XIX-XX вв. СПб., 2009.

9.2. Дополнительная литература

1. Волков Ю.Г., Добренков В.И., Нечипуренко В.Н., Попов А.В. Социология: Учебник. — М.: Гардарики, 2006.
2. Волков Ю.Г. Социология. Издание 2-е / Под общ. ред. В.И. Добренкова. — Ростов-на-Дону: Изд-во «Феникс», 2005.
3. Зборовский Г.Е. Социология: Учебник. 3-е изд., испр. и доп. — М.: Гардарики, 2004.
4. Комаров М.С. Социология: Учеб. пособие для студентов вузов. — М.: Аспект-Пресс, 2003.
5. Кудрявцев В.Н., Казимирчук В.П. Современная социология права: Учебник для вузов. — М., 1995.
6. Социология. Основы общей теории: Учебное пособие / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. — М., 2002.
7. Зинченко Г. П. Социология управления – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. – С. 8-19.
8. Социология организаций и управления: словарь основных понятий / автор-сост. А. И. Фоменков. – Смоленск: СГПУ, 2005. – 168 с.
9. Тихонов А.В. Социология управления. Теоретические основы. – СПб.: Изд-во СПб университета, 2000. – С. 11-140.

Интернет - источники:

1. <http://economics.edu.ru/> - Экономика, социология, менеджмент: образовательный портал
2. <http://praktik-sociolog.narod.ru/> - Сайт практической социологии
3. <http://socio.lex.narod.ru/> - Лекции по социологии
4. <http://www.cisr.ru/> - Центр независимых социологических исследований
5. <http://soc.lib.ru/> Электронная библиотека "Социология, психология, управление"

- 6 <http://www.sociology.nm.ru/> Учебный сайт Сообщества профессиональных социологов
7. <http://www.fom.ru/> Фонд "Общественное мнение"
8. <http://www.univer.omsk.su/MER/index.win.html> Моделирование социальных и этнических процессов

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для обеспечения обучения студентов по дисциплине «Социология в рекламе и PR» Академия располагает следующей материально-технической базой:

- лекционными аудиториями, оборудованными видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;
- помещениями для проведения практических занятий, оборудованными учебной мебелью;
- библиотеку, имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет;
- компьютерными классами.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ СТУДЕНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучение по дисциплине «Социология в рекламе и PR» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические и лабораторные работы) и самостоятельной работы студентов. Семинарские занятия дисциплины «Социология в рекламе и PR» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному практическому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по практическим занятиям, готовьтесь дать

- развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем зачетных вопросов.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

12. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

При организации обучения по дисциплине «Социология в рекламе и PR» преподаватель должен обратить особое внимание на организацию практических занятий и самостоятельной работы студентов, поскольку курс предполагает широкое использование интерактивных методов обучения. Для проведения семинарских занятий необходимо активно использовать методы работы в малых группах, вовлечение в индивидуальную работу. Задача преподавателя состоит в максимальном отказе от роли лектора, его функции состоят главным образом в модерации дискуссий. Материалы для занятий необходимо обновлять ежегодно, учитывая изменяющиеся условия. При чтении лекций и проведении семинарских занятий используются презентации.

Презентация – это передача информации в виде изложения различных теорий, методологических подходов с использованием информационных ресурсов. Формы презентации различны и могут варьироваться от обычной лекции (доклада) до некоторого вовлечения аудитории в процесс через вопросы и участие в дискуссии. Презентация наиболее часто используется в практической деятельности государственных и муниципальных служащих.

Метод используется для обучения какому-либо конкретному аспекту теории или методологии и для моделирования постепенного подхода к решению задачи. Может быть использован при проведении семинара-дискуссии, выступлении с докладом, проведении ролевых и деловых игр, защите курсового проекта и т.п. Этапы процесса: определение

содержания материала и цели презентации; составление примерного плана презентации; разработка системы наглядного материала, иллюстрирующего материал презентации; подведение итогов, изложение самых главных моментов представленного материала и его наглядных иллюстраций; обсуждение (вопросы – ответы); выявление достоинств и недостатков проведенной презентации.

Демонстрация и толкование нормативно-правовых актов – это представление участникам игры, семинара и т.п. методологии выполнения чего-либо. Метод используется: для обучения какому-либо конкретному навыку или способу и для моделирования постепенного подхода к поставленной цели. Преимущества метода:

- легко сконцентрировать внимание аудитории на чем-либо существенном;
- определяет варианты практического использования метода;
- активно вовлекает слушателей в процесс обучения при самостоятельном использовании этого метода.

Этапы процесса: установление цели демонстрации; представление материалов, предназначенных для использования; непосредственно сама демонстрация; обсуждение демонстрации в аудитории (вопросы – ответы); подведение итогов.

При реализации дисциплины «Социология в рекламе и PR» направления 38.04.02 – Менеджмент используются следующие *интерактивные* формы проведения занятий, которые могут и должны проводиться вместо обычного опроса студента:

- круглый стол (дискуссия, дебаты);
- мозговой штурм (мозговая атака);
- ролевые игры (разыгрывание ролей);
- работа в малых группах.

«Круглый стол» организуется следующим образом:

- 1) преподавателем формулируются вопросы, обсуждение которых позволит всесторонне рассмотреть проблему;
- 2) вопросы распределяются по подгруппам и раздаются участникам для целенаправленной подготовки;
- 3) для освещения специфических вопросов могут быть приглашены специалисты (юрист, социолог, психолог, экономист) либо эту роль играет сам преподаватель;
- 4) в ходе занятия вопросы раскрываются в определенной последовательности;
- 5) выступления специально подготовленных студентов обсуждаются и дополняются. Задаются вопросы, студенты высказывают свои мнения, спорят, обосновывают свою точку зрения.

«Дискуссия», как особая форма всестороннего обсуждения спорного вопроса в публичном собрании, в частной беседе, споре, реализуется в дисциплине «Социология в рекламе и PR» как коллективное обсуждение какого-либо вопроса, проблемы или сопоставление информации, идей, мнений, предложений. Целью проведения дискуссии в этом случае является обучение, тренинг, изменение установок, стимулирование творчества и др. В проведении дискуссии используются различные организационные методики:

- *Методика «вопрос – ответ»* – разновидность простого собеседования; отличие состоит в том, что применяется определённая форма постановки вопросов для собеседования с участниками дискуссии-диалога.
- *Методика «клиники»* – каждый из участников разрабатывает

свой вариант решения, предварительно представив на открытое обсуждение свой «диагноз» поставленной проблемной ситуации. Затем это решение оценивается как преподавателем (руководителем), так и специально выделенной для этой цели группой экспертов по балльной шкале либо по заранее принятой системе «принимается – не принимается».

– *Методика «лабиринта»* или метод последовательного обсуждения - своеобразная шаговая процедура, в которой каждый последующий шаг делается другим участником. Обсуждению подлежат все решения, даже неверные (тупиковые).

– *Методика «эстафеты»* – каждый заканчивающий выступление участник передает слово тому, кому считает нужным.

– *Свободно плавающая дискуссия* - когда группа к результату не приходит, но активность продолжается за рамками занятия. В основе такой процедуры групповой работы лежит «эффект Б.В. Зейгарник», характеризующийся высоким качеством запоминания незавершенных действий, когда участники продолжают «домысливать» наедине идеи, которые оказались незавершенными.

В основе «круглого стола» в форме **«дебатов»** организуемое как свободное высказывание, обмен мнениями по предложенному студентами тематическому тезису, эта форма «круглого стола» посвящена получению однозначного ответа на поставленный вопрос – «да» или «нет». При этом одна группа – утверждающие - является сторонниками положительного ответа, а другая группа – отрицающие – сторонниками отрицательного. Внутри каждой из групп могут образовываться 2 подгруппы, одна подгруппа – подбирает аргументы, а вторая – разрабатывает контраргументы. Участники дебатов приводят примеры, факты, аргументируют, логично доказывают, поясняют, дают информацию и т.д. Процедура дебатов не допускает личностных оценок, эмоциональных проявлений. Обсуждается тема, а не отношение к ней отдельных участников.

Метод мозгового штурма – оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых нереалистичных. После чего из числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Мозговой штурм — один из наиболее популярных методов стимулирования творческой активности. Используется для поиска нетрадиционных решений самых разнообразных задач при тупиковых или проблемных ситуациях.

Сущность метода заключается в том, что процесс выдвижения, предложения идей отделен от процесса их критической оценки и отбора. При этом используются разнообразные приемы «включения» фантазии, для лучшего использования «чисто человеческого» потенциала в поиске решений. Например, иногда используется привлечение неспециалистов, которые могут благодаря неосведомленности сделать «безумные» предложения, которые в свою очередь стимулируют воображение «специалистов». Оптимальный состав группы от 6 до 12 человек.

Ролевые игры (разыгрывание ролей).

Ролевая игра – это организация занятий, при которой несколько участников разыгрывают роли по сценарию, связанному с темой изучения. Использование метода:

- помогает сформировать или изменить отношение участников к тому или иному вопросу;
- позволяет участникам опробовать различные варианты решений и

альтернативные подходы;

- предоставляет возможность увидеть последствия своих действий и их воздействие на других;

- дает возможность увидеть, как иные люди могут вести себя и что они могут чувствовать, находясь в сходной ситуации;

- создает благоприятную обстановку для обсуждения и исследования проблем, о которых участникам может быть не очень удобно говорить применительно к реальной жизни.

Самостоятельная работа студентов

Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов к аудиторной работе самостоятельной работы студентов. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и современных подходов к осмыслению рассматриваемых проблем. К самостоятельному виду работы студентов относится работа в библиотеках, в электронных поисковых системах и т.п. по сбору материалов, необходимых для проведения практических занятий или выполнения конкретных заданий преподавателя по изучаемым темам. Студенты могут установить электронный диалог с преподавателем, выполнять посредством него контрольные задания. В качестве оценочных средств на протяжении семестра используются тестовые задания.

Составитель: _____ к.соц.н. Маркин И.М.