

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.ОД.5 Социология в рекламе и PR

**Автор:** К.с.н. И. М. Маркин, ст. преподаватель

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

38.04.02 Менеджмент, «Управление рекламным и медиабизнесом»

**Квалификация (степень) выпускника:**

Магистр

**Цель освоения дисциплины:**

Сформировать компетенцию в области моделирования развития рекламы и PR в глобальной коммуникативной среде

**План курса:**

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Предмет социологии. Социология рекламы и PR как область знания	Определение социологии, ее объекта, предмета и метода. Объект, предмет, методы социологии рекламы. Реклама: определение понятия. Основные черты рекламы. Реклама с социологической точки зрения.
Тема 2	Социологические подходы к рекламе и PR	История социологии рекламы. Основные теоретические подходы к анализу рекламы: реклама как социальное действие; реклама как массовая социальная коммуникация; реклама как дискурс и нарратив; реклама как инструмент социального конструирования.
Тема 3	Реклама, PR, общество, культура	Консюмеризм. Содержание рекламы и ценностные ориентации общества. Рекламные стереотипы. Типы ценностной аргументации, используемые в рекламе. Роль рекламы в процессе социализации. Реклама и процесс социальной идентификации личности.
Тема 4	Социальное проектирование в рекламе и PR	Реклама и PR как социальные технологии. Влияние рекламы и PR на общество
Тема 5	Методология социологических исследования в рекламе и PR	Многообразие методов исследований в рекламе и PR. Количественные, качественные и смешанные методы
Тема 6	Основные социальные группы как поставщики информации в рекламе и PR	Сегментирование рекламной и PR аудитории. Географический, демографический, поведенческий и психографический подход к сегментированию рынков и выявлению групп, имеющих идентичное поведение.
Тема 7	Социологический опрос в рекламе и PR	Типы опросов. Составление вопросов. Открытые и закрытые вопросы.

Тема 8	Обработка исследовательских данных	Методы обработки данных. Презентация исследований. Использование исследовательских данных в планировании коммуникационной стратегии
--------	------------------------------------	---

### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

В ходе реализации дисциплины «Социология рекламы и PR» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

основной формой контроля является написание эссе по пройденным темам.

– при проведении занятий семинарского типа:

диспут, практическое задание

Промежуточная аттестация проводится в форме: устного зачета по теоретическим вопросам.

### **Основная литература:**

1. Шарков Ф.И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации. Дашков и К, 2013. <http://www.iprbookshop.ru/10932>
2. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/14342>