

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет психолого-педагогического и социального образования
Кафедра социальной работы

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

Ю. А. Жадаев

« 31 » *Мая* 2019 г.

Социология рекламы и связей с общественностью

Программа учебной дисциплины

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Волгоград
2019

Обсуждена на заседании кафедры социальной работы

« 14 » мая 2019 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой А. В. Водарников « » 201 г.
(подпись) (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета психолого-педагогического и социального образования « 30 » мая 2019 г., протокол № 9

Председатель учёного совета А. В. Водарников « » 201 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»

« 31 » мая 2019 г., протокол № 10

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № (подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № (подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № (подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Разработчики:

Овсянникова Татьяна Владимировна, канд. социол. наук, доцент кафедры социальной работы.

Программа дисциплины «Социология рекламы и связей с общественностью» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (утверждён) и базовому учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 31 мая 2019 г., протокол № 10).

1. Цель освоения дисциплины

Формирование систематизированного представления о массовой коммуникации как предмете научного анализа; освоение процедур и техник проведения социологического исследования в сфере связей с общественностью и рекламе, в исследовании каналов массовой коммуникации в обществе, оценки их влияния на различные социальные проблемы социальной сферы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Социология рекламы и связей с общественностью» относится к базовой части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Социология рекламы и связей с общественностью» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Введение в коммуникационные специальности», «Основы социологии», «Психология», «Теория и практика связей с общественностью», прохождения практики «Профессионально-ознакомительная практика».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Психология рекламы и связей с общественностью», «Бренд в социокультурной сфере», «Организация работы отделов по связям с общественностью в государственной и муниципальной службе», «Современная пресс-служба», «Управление исследованием и организация ситуационного анализа в проектировании», прохождения практики «Преддипломная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основные виды коммуникации, характеристики массовой аудитории; положение и роль массовых коммуникаций в современном обществе;
- теории массовой коммуникации и функции средств массовой коммуникации;
- понятие, функции, рейтинги общественного мнения;
- роль и место СМК в ПР-деятельности;

уметь

- использовать разные виды социологического знания для анализа массовых коммуникаций;
- анализировать теоретическую базу социологии МК; собирать и анализировать социологическую информацию по различным проблемам СМК и СМИ;
- собирать и анализировать социологическую информацию по различным проблемам волнующим общественное мнение;
- вырабатывать конкретные рекомендации по взаимодействию каналов массовой коммуникации и служб по связям с общественностью;

владеть

- терминологическим аппаратом социологии массовой коммуникации;
- технологическими приемами проведения исследования средств массовой коммуникации;
- навыками анализа содержания сообщений массовой коммуникации;
- методами исследования аудитории массовой коммуникации и эффектов массовой коммуникации, навыками анализа содержания сообщений массовой коммуникации при формировании общественного мнения;
- методами исследования массовой коммуникации и эффектов массовой коммуникации.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		3з / 3л
Аудиторные занятия (всего)	20	16 / 4
В том числе:		
Лекции (Л)	6	6 / –
Практические занятия (ПЗ)	14	10 / 4
Лабораторные работы (ЛР)	–	– / –
Самостоятельная работа	79	56 / 23
Контроль	9	– / 9
Вид промежуточной аттестации		– / ЭК
Общая трудоёмкость	часы	108
	зачётные единицы	3
		72 / 36
		2 / 1

5. Содержание дисциплины**5.1. Содержание разделов дисциплины**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Социологический подход в изучении массовой коммуникации.	Основные виды коммуникации. Массовое общество: потребность в массовой информации. Характеристики массовой аудитории как приемника информации. Массовая коммуникация и тенденции мирового развития. Массовое общество, массовое сознание и массовые коммуникации.
2	Эволюция социологических учений о природе и функциях массовой коммуникации	Марксистская традиция анализа массовой коммуникации. К. Маркс, А. Грамши, Г. Альтюссер. М. Вебер о прессе как «капиталистическом предприятии». Франкфуртская школа о массовой коммуникации. Ч. Миллс о роли СМК. Видение массовой коммуникации в концепциях М. Маклюэна. Теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса. Отечественные представители социологии массовой 5 коммуникации и их вклад в изучение средств массовой коммуникации.
3	Средства массовой коммуникации и общественное мнение	Общественное мнение: природа, структура, функции. Роль СМИ в формировании и функционировании общественного мнения. Отражение политической культуры. Экономические, национальные, религиозные и иные региональные особенности

		ориентаций и идеалов в СМИ. Взаимодействие межличностной и массовой коммуникации в процессе формирования и функционирования общественного мнения.
4	Паблик рилейшнз и средства массовой коммуникации	Место и роль СМИ в ПР-деятельности: динамика и тенденции эволюции взаимоотношений. Социологические исследования СМИ в структуре ПР-деятельности: задачи, методы, функции. Связи с общественностью и российские СМИ: проблема взаимоотношений

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Социологический подход в изучении массовой коммуникации.	2	4	—	24	30
2	Эволюция социологических учений о природе и функциях массовой коммуникации	2	4	—	26	32
3	Средства массовой коммуникации и общественное мнение	2	4	—	12	18
4	Паблик рилейшнз и средства массовой коммуникации	—	2	—	17	19

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Полуэхтова, И. А. Социология массовой коммуникации. Часть 1 : курс лекций / И. А. Полуэхтова. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2012. — 96 с. — ISBN 978-5-98079-836-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/14530.html> (дата обращения: 15.02.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Баранова, Е. В. Социология массовой коммуникации : учебное пособие / Е. В. Баранова. — Минск : Вышэйшая школа, 2012. — 174 с. — ISBN 978-985-06-2072-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/20279.html> (дата обращения: 15.02.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

6.2. Дополнительная литература

1. Социология и психология массовой коммуникации : учебное пособие / составители О. В. Василенко, Е. А. Сиволапова, под редакцией В. Н. Плаксин. — Воронеж : Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2015. — 241 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72754.html> (дата обращения: 15.02.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Романов, А. А. Массовые коммуникации : учебное пособие / А. А. Романов. — Москва : Евразийский открытый институт, 2010. — 176 с. — ISBN 978-5-374-00390-1. —

Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/10771.html> (дата обращения: 15.02.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции (3-е издание) : учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 192 с. — ISBN 978-5-7567-0795-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/56991.html> (дата обращения: 15.02.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Образовательный портал Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://edu.vspu.ru>.
2. Портал учебной документации Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://matrix19.vspu.ru>.
3. Список социальных сайтов. URL: <https://psysocwork.ru/>.
4. Российская ассоциация по связям с общественностью. URL: <https://www.raso.ru/>.
5. Электронная библиотечная система IPRbooks. URL: <http://iprbookshop.ru>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Пакет офисных приложений (редактор текстовых документов, презентаций, электронных таблиц).
2. Дистанционное консультирование СРС на образовательном портале ВГСПУ <http://edu.vspu.ru>.
3. Технологии разработки и публикации сетевых документов.
4. Технологии электронной почты (асинхронное взаимодействие в сети Интернет).

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Социология рекламы и связей с общественностью» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.
2. Комплект переносного презентационного оборудования.
3. Учебная аудитория для проведения практических занятий.
4. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения лекционных занятий.
5. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения практических занятий.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Социология рекламы и связей с общественностью» относится к базовой части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена,

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных

знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Социология рекламы и связей с общественностью» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.