Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Колесникова Марина Евгеньевна
Должность: директор Гуманитарного института
Дата подписания: 31.05.2023 16:12:26
Уникальный программный ключ:
f2fdf4a0434186b29b9d134129abde65f78623d5

**Аннотация дисциплины**

| | |
|---|---|
| Наименование дисциплины (модуля) | **Социология рекламы и связей с общественностью** |
| Содержание дисциплины (модуля) | Актуальные проблемы изучения социологии рекламы в российской и зарубежной науке. Подходы к определению рекламы (психологический, социологический), направления её использования.<br>Функции рекламы в обществе: экономическая, социальная, политическая, идеологическая, воспитательная, коммуникативная, суггестивная, адаптационная, эстетическая. Социальные дисфункции рекламы.<br>Объект и предмет социологии рекламы, направления изучения рекламы.<br>Реклама как социальный институт, условия её возникновения и функционирования. Реклама и массовая культура. Реклама в системе социокультурных отношений<br>Реализация рекламой субкультурных стереотипов и образцов. Особенности<br>молодежной рекламы. Дифференциация рекламы в соответствии с социальной стратификацией общества: приемы оформления рекламы для богатых и среднего класса. «Женская» и «мужская» реклама.<br>Отражение социальных ценностей в рекламе. Типы ценностной аргументации в рекламе. Ценностные системы западных и восточных культур, их влияние на рекламу.<br>Ценностная специфика российского общества, ее отражение в рекламе.<br>Характеристика психологических проблем рекламной деятельности. Психологические аспекты принятия решений в сфере рекламы.<br>Поводы для совершения покупки.Степень восприятия нового товара. Статус потребителя (новичок, постоянный потребитель). Искомые выгоды (польза). Степень готовности к покупке. Направления изучения потребителей. Изучение отношения к предприятию (компании). Изучение отношения потребителей к определенной марке товара. |
| Результаты освоения дисциплины (модуля) | Организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла<br>Применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий<br>Владеет навыком критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций |
| Трудоемкость, з.е. | 3 |
| Формы отчетности | Экзамен |
| **Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины** | |

| | |
|---|---|
| Основная литература | 1. Социология : учебник / под ред. В.К. Батурина. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 487 с. - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02266-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436822<br>2. Перминова, М.С. Социология общественных связей и отношений : практикум / М.С. Перминова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : ОГУ, 2015. - 103 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7410-1286-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439234<br>3. Социология: основы общей теории : учебное пособие / под общ.ред. А.Ю. Мягкова ; Московский психолого-социальный институт. - 8-е изд., стер. - Москва : Издательство «Флинта», 2016. - 254 с. - (Библиотека студента). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-89349-471-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=70385 |
| Дополнительная литература | 1. Докторов, Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США: История зарождения. Судьбы творцов / Б. З. Докторов. – Москва :Директ-Медиа, 2014. – 620 с. – ISBN 978-5-4458-2863-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210885<br>2. Калмыков С. Б. Методология исследования социальной рекламы: Социологические аспекты / С. Б. Калмыков // Вестник Российского университета дружбы народов. – Серия: Социология. – 2014. – №4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-issledovaniya-sotsialnoy-reklamy-sotsiologicheskie-aspekty |