

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 25.09.2023 16:33:25  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f68

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»**



Утверждаю:  
Руководитель ООП:  
*Михайлов В.А.*  
Михайлов В.А.  
29.06.2023г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)  
**Социология рекламы**

Направление подготовки  
39.03.01 Социология

Профиль  
Социология управления и организаций

Для студентов 2 курса  
очной формы обучения

Составитель:  
Д.филос.н., профессор  
Михайлов В.А.

Тверь, 2023

## **I. Аннотация**

### **1. Наименование дисциплины в соответствии с учебным планом**

Социология рекламы

### **2. Цели и задачи дисциплины**

Главной целью учебного курса является ознакомление студентов с теоретико-методологическим инструментарием, применяемым в современных исследованиях рекламы в рамках социологического (по)знания.

Основные задачи курса:

- раскрыть теоретико-методологические основы социологии рекламы;
- проследить становление, развитие и превращение социологии рекламы;
- представить основные подходы к анализу проблем развития рекламы;
- определить современные проблемы социологии рекламы;
- привить навыки методологического анализа и пользования методическим инструментарием в социологии рекламы.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Данный курс представляет собой дисциплину по выбору обязательной части учебного плана образовательной программы по направлению 39.03.01 Социология.

Место и роль данной учебной дисциплины в основной образовательной программе состоит в том, что курс имеет важную прикладную направленность в профессиональной подготовке выпускника по данной образовательной программе.

Данный курс опирается на знания, умения и навыки, приобретенные студентами в рамках таких вузовских дисциплин, как «Русский язык и культура речи», «Иностранный язык», «Основы социологии» и др. В результате освоения предшествующих дисциплин обучающийся должен быть готовым применить имеющиеся знания к освоению новых предметных областей.

Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее для дисциплин, как «Социологические методы в маркетинговых исследованиях», «Исследование рекламы и связей с общественностью» и проч., учебной и производственной практики.

**3. Объем дисциплины:** 3 зачетные единицы, 108 академических часов, в том числе:

**контактная аудиторная работа:**

лекции - 18 часов,

семинарские занятия - 18 часов;

**контактная внеаудиторная работа:**

контроль самостоятельной работы – 20 часов;

**самостоятельная работа:** 52 часа.

**4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

<b>Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.2 – Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем УК-4.3 – Ведет деловую переписку на иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий

**5. Форма промежуточной аттестации** – зачет, 4 семестр.

**6. Язык преподавания** - русский.