

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 18.06.2025 15:33:57  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Социология рекламы

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	39.03.01 Социология
Направленность (профиль)	Социология и маркетинговые исследования
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная

Учебная дисциплина «Социология рекламы» изучается в седьмом семестре.  
Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации: зачет

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины б).

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Социология рекламы» является:

- исследование взаимосвязи между рекламными сообщениями и социальными структурами, а также их влияния на общественное мнение и поведение потребителей;
- анализ механизмов формирования рекламных стратегий и их адаптации к различным социальным контекстам и культурным особенностям;
- изучение роли рекламы как социального института, который влияет на ценности, нормы и установки в обществе;
- применение социологических методов для анализа рекламных текстов и визуальных образов с целью выявления их манипулятивного потенциала и воздействия на целевую аудиторию;
- исследование динамики изменений в рекламных практиках в условиях цифровизации и развития новых медиа, а также их влияния на социальные взаимодействия.
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-1 Способен планировать и проектировать проектные предложения по реализации	ИД-ПК-1.1 Описание проблемной ситуации и разработка программы для проведения фундаментального или прикладного

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
фундаментальных и прикладных социологических исследований	социологического исследования в различных сферах общественной жизни
ПК-4 Способен обосновывать и разрабатывать процедуру исследования рынка и алгоритмов анализа информации в рамках прикладного социологического исследования	ИД-ПК-4.1 Определение целевой аудитории исследования рынка в рамках прикладного социологического исследования
	ИД-ПК-4.2 Составление и оформление методической и технической документации по реализации прикладного социологического исследования
ПК-6 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИД-ПК-6.1 Использование знаний об основных методах сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации
	ИД-ПК-6.2 Применение маркетинговых инструментов и подготовка комплексного плана проведения маркетингового исследования

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
---------------------------	---	------	----	------