

**ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский)
университет**



« 25 » июня 2025, протокол № 25

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины: СОЦИОЛОГИЯ И РЕКЛАМА

Автор (ы) Аветисян А.С - старший преподаватель
Ф.И.О, ученое звание (при наличии), ученая степень (при наличии)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и связи с общественностью

1. АННОТАЦИЯ

1.1. Краткое описание содержания данной дисциплины;

В программе курса “Социология и реклама” раскрываются наиболее важные категории современной социологической науки, их роль и значение в рекламной деятельности. Анализируются основные проявления социального взаимодействия и их влияние на общественное развитие.

Предлагаемый курс представляет собой введение в предметную область социологии. Целью данного курса является дать студентам теоретико-методологическую подготовку в области социологического знания, раскрыть фундаментальные понятия социологии, понимание закономерностей развития и функционирования социальной системы и их взаимосвязь с рекламной деятельностью. Обучить студентов современному знанию о взаимоотношениях в системе “общество, культура и личность”, особенностей протекания социальных процессов в современном мире, умению самостоятельно анализировать социальные явления и процессы, сформировать и развить у студентов коммуникационные способности и навыки в свете социологического знания и раскрыть их важность в рекламе

1.2. Трудоемкость в академических кредитах и часах, формы итогового контроля (экзамен/зачет)

114 академических часа, из которых 16 лекц., 16 практ., 4 кредитные единицы, форма итогового контроля- зачет.

1.3. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Приступая к изучению данного курса, студенты должны обладать знаниями и умениями в области математики, экономики, философии, психологии, а также знать дисциплины «История возникновения и развития рекламы и PR» и «Основы маркетинга».

1.4 Результаты освоения программы дисциплины:

Код компетенции <i>(в соответствии рабочим с учебным планом)</i>	Наименование компетенции <i>(в соответствии рабочим с учебным планом)</i>	Код индикатора достижения компетенций <i>(в соответствии рабочим с учебным планом)</i>	Наименование индикатора достижений компетенций <i>(в соответствии рабочим с учебным планом)</i>
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1	Знает как осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации для решения поставленных профессиональных задач.
		УК-1.2	Умеет применять системный подход на основе поиска,

			критического анализа и синтеза информации для решения задач профессиональной области
		УК-1.3	Владеет навыками поиска, синтеза и критического анализа информации в своей профессиональной области; владеет системным подходом для решения поставленных задач.
УК – 5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	Знает закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте.
		УК-5.2	Понимает и воспринимает разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
		УК-5.3	Владеет навыками взаимодействия в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения; а также навыками толерантного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1	Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
		ОПК-2.2	Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов
		ОПК-2.3	Владеет навыками разностороннего освещения общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК- 4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1	Знать: социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
		ОПК-4.2	Уметь: использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с

			общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
		ОПК-4.3	Знать: социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

2. УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

2.1. Цели и задачи дисциплины

2.2. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и зачетных единицах) *(удалить строки, которые не будут применены в рамках дисциплины)*

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах	Распределение по семестрам					
		<u>4</u> сем	<u>сем</u>	<u>сем</u>	<u>сем.</u>	<u>сем</u>	<u>сем.</u>
1	2	3	4	5	6	7	8
1.Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:							
1.1.Аудиторные занятия, в т. ч.:							
1.1.1.Лекции		16					
1.1.2.Практические занятия, в т. ч.		16					
1.1.2.1. Обсуждение прикладных проектов							
1.1.2.2. Кейсы							
1.1.2.3. Деловые игры, тренинги							
1.1.2.4. Контрольные работы							
1.1.2.5. Другое (указать)							
1.1.3.Семинары							
1.1.4.Лабораторные работы							
1.1.5.Другие виды (указать)							
1.2.Самостоятельная работа, в т. ч.:		112					
1.2.1. Подготовка к экзаменам							
1.2.2. Другие виды самостоятельной работы, в т.ч. (указать)							
1.2.2.1.Письменные домашние задания							
1.2.2.2.Курсовые работы							
1.2.2.3.Эссе и рефераты							
1.2.2.4.Другое (указать)							
1.3. Консультации							
1.4. Другие методы и формы занятий							

Итоговый контроль (Экзамен, диф. зачет - указать)		Зачет					
---	--	-------	--	--	--	--	--

2.3. Содержание дисциплины

2.3.1. Тематический план и трудоемкость аудиторных занятий (модули, разделы дисциплины и виды занятий) по рабочему учебному плану

Разделы и темы дисциплины	Всего (ак. часов)	Лекции (ак. часов)	Практ. Занятия (ак. часов)	Семинары (ак. часов)	Лабор. (ак. часов)
1	2=3+4+5+6+7	3	4	5	6
Тема 1. Предмет и функции социологии. Место социологии в системе наук.	4	2		2	
Тема 2. Становление и развитие социологии. Структура социологического знания.	4	2		2	
Тема 3. Общество, как объект социологического анализа. Культура и общество. Трансляция культуры в рекламе	6	4		2	
Тема 4. Личность и общество. Социализация личности	4	2		2	
Тема 5. Место и роль социального статуса и роли в рекламной деятельности	4	2		2	
Тема 6. Значение социальных групп и общностей в рекламе. Конформизм	4	2		2	
Тема 7. Социальные организации и институты	4	2		2	
Тема 8. Социальная стратификация и социальная мобильность.	4	2		2	
ИТОГО	34	18		16	

2.3.2. Краткое содержание разделов дисциплины в виде тематического плана

Тема 1. Предмет и функции социологии. Место социологии в системе наук.

Социально-теоретические предпосылки становления социологии. Объект и предмет социологии. Взаимоотношение социологии и других общественных наук. Структура и функции социологии как науки. Эволюция представлений о предмете социологии в истории социологической мысли. Понятие «социальное» в структуре социологического знания и его интегративная роль в понимании предмета социологии. Место социологии в системе общественных наук.

Тема 2. Становление и развитие социологии. Структура социологического знания.

Социологические воззрения О.Конта, К. Маркса, Э.Дюркгейма, М.Вебера. Общесоциологическая теория, специальные и отраслевые социологические теории, прикладная

социология. Макросоциологические и микросоциологические теории. Структура социологического знания и его основные характеристики.

Тема 3. Общество, как объект социологического анализа. Культура и общество. Трансляция культуры в рекламе

Понятие об обществе как системном образовании. Основные признаки общества.. Типология обществ. Теории модернизации и всемирно-исторический процесс. Важнейшие подсистемы общества. Общество как социокультурный организм. Культура как социальное явление. Многообразие подходов к определению культуры, их особенности и предмет анализа. Специфика социологического подхода к культуре. Основные компоненты культуры: ценности, нормы, обычаи, верования, язык, техника. Функции культуры. Единство и разнообразие культур. Механизмы создания, передачи и освоение норм и ценностей культуры в различных социальных общностях. Социальные нормы и социальные санкции. Целостность культуры. Культурная интеграция.

Культурный релятивизм и этноцентризм. Субкультуры и контркультуры. Культурные изменения. Необходимость учета культурных особенностей целевой аудитории.

Тема 4. Личность и общество. Социализация личности.

Человек как биопсихосоциальное существо. Понятие о биологической и культурной эволюции. Формирование личности, определение и структура личности, социальные типы личности. Характеристики личности. Понятие «обобщенного другого». Ролевая и статусная концепции личности. Социализация – процесс интеграции индивида в социальную систему. Первичная и вторичная социализация. Агенты социализации. Институты социализации. Десоциализация и ресоциализация. Непрерывность процесса социализации личности. Социализация и социальный контроль, её значение в процессе создания рекламного продукта

Тема 5. Социальная структура: статусы и роли, группы и общности. Социальные организации и институты.

Понятие и сущность социальной структуры. Социальные статусы. Ролевая теория личности, её интерпретация и терминология: позиция, ролевые ожидания, санкции. Ролевые конфликты и способы их разрешения

Тема 6 Понятие социальной группы. Классификация социальных групп. Большие и малые, первичные и вторичные, формальные и неформальные группы. Референтные группы и проблемы группового конформизма. Групповая динамика. Социальные общности. Социальные организации. Понятие организации и основные направления исследования организации. Содержание понятия «социальный институт» и их признаки. Институционализация общества как средство обеспечения связи между элементами социальной системы и их упорядочения. Типология институтов, их функции и дисфункции. Институт как социальная организация. Динамика социальных институтов. Эволюция социальных институтов.

Социальные институты и социальный контроль. Формальные и неформальные социальные институты.

Тема 7. Социальная стратификация и социальная мобильность

Теория социальной стратификации: общие положения, понятие стратификации, проблема неравенства. Социальная дифференциация. Открытые и закрытые системы стратификации. Исторические системы социальной стратификации. Классовая система современных обществ. Социальная мобильность. Формы социальной мобильности (вертикальная и горизонтальная). Интенсивность вертикальной мобильности как фактор социального развития общества и изменения его социальной структуры. Вертикальная мобильность и политическое устройство

общества. Каналы вертикальной мобильности в современном обществе и воспроизводство социальных структур. Их особое место в рекламной деятельности

2.3.3. Краткое содержание семинарских/практических занятий/лабораторного практикума

Тема 1. Предмет и функции социологии. Место социологии в системе наук.

1. Социально-теоретические предпосылки становления социологии.
2. Объект и предмет социологии.
3. Взаимоотношение социологии и других общественных наук.

Рекомендуемая учебная литература

1. Фролов С. Е. Социология, 2006, гл.1
2. Кравченко А.И. Социология, М., 2003, гл.1-4
3. Смелзер Н. Социология, М., 1998, гл.1

Рекомендуемая дополнительная литература

1. Гидденс Э. Социология, 2005, гл.1
2. Социология. Основы общей теории (под ред. Осипова Г.В. и др.), 2005, гл.1,2
3. Социология (под ред. Э.В.Тадевосяна). М.,1995., гл.1

Тема 2. Становление и развитие социологии. Структура социологического знания. Типы социологических теорий.

1. Социологические воззрения О.Конта, К. Маркса, Э.Дюркгейма, М.Вебера
2. Структура социологического знания и его основные характеристики.
3. Макросоциологические и микросоциологические теории.

Рекомендуемая учебная литература

1. Фролов С. Е. Социология, 2006, гл.1-2
2. Кравченко А.И. Социология, М., 2003, гл.5
3. Смелзер Н. Социология, М., 1998, гл.1

Рекомендуемая дополнительная литература

1. Гидденс Э. Социология, 2005, гл.1,4
2. Социология. Основы общей теории (под ред. Осипова Г.В. и др.), 2005, гл.1,2
3. Социология (под ред. Э.В.Тадевосяна). М.,1995., гл.2

Тема 3. Общество, как объект социологического анализа. Культура и общество.

1. Понятие общества, типология обществ.
2. Понятие культуры. Структура и социальные функции культуры.
3. Этноцентризм и культурный релятивизм.
4. Виды культуры. Культурные изменения.
5. Как культура может воздействовать на рекламный процесс?

Рекомендуемая учебная литература

1. Фролов С. Е. Социология, 2006, гл.3
2. Кравченко А.И. Социология, М., 2003, гл.6, 9, 10
3. Смелзер Н. Социология, М., 1998, гл.2

Рекомендуемая дополнительная литература

1. Гидденс Э. Социология, 2005, гл.2
2. Социология. Основы общей теории (под ред. Осипова Г.В. и др.), 2005, гл.3,4

3. Социология (под ред. Э.В.Тадевосяна). М.,1995., гл.4

Тема 5. Личность и общество. Социализация личности.

1. Понятие личности в социологии, ее структура и типы.
2. Ролевая и статусная концепции личности.
3. Понятие и типы социализации. Агенты социализации.

Рекомендуемая учебная литература

1. Фролов С. Е. Социология, 2006, гл.4
2. Смелзер Н. Социология, М., 1998, гл.4

Рекомендуемая дополнительная литература

1. Гидденс Э. Социология, 2005, гл.2
2. Социология. Основы общей теории (под ред. Осипова Г.В. и др.), 2005, гл.5

Тема 6. Социальная структура: статусы и роли, группы и общности. Социальные организации и институты.

1. Понятие социальной структуры. Статусы и роли.
2. Понятие группы, виды групп.
3. Виды, признаки, функции социальных институтов.
4. Стрoение и функционирование социальных организаций, их типология

Рекомендуемая учебная литература

1. Фролов С. Е. Социология, 2006, гл.5, 9,10, 11,12
2. Кравченко А.И. Социология, М., 2003, гл.7,13
3. Смелзер Н. Социология, М., 1998, гл.3,6, 13-17

Рекомендуемая дополнительная литература

1. Гидденс Э. Социология, 2005, гл.12
2. Социология. Основы общей теории (под ред. Осипова Г.В. и др.), 2005, гл.7,8

Тема 7. Социальная стратификация и социальная мобильность.

1. Понятие социальной стратификации и ее основные элементы.
2. Факторы и механизмы стратификационного деления.
3. Социальная мобильность и ее типы.

Рекомендуемая учебная литература

1. Фролов С. Е. Социология, 2006, гл.13,17
2. Кравченко А.И. Социология, М., 2003, гл.11,12
3. Смелзер Н. Социология, М., 1998, гл.9,10,11,12

Рекомендуемая дополнительная литература

1. Гидденс Э. Социология, 2005, гл.10,11
2. Социология. Основы общей теории (под ред. Осипова Г.В. и др.), 2005, гл.9
3. Социология (под ред. Э.В.Тадевосяна). М.,1995., гл.6

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Проектор, компьютер, принтер, интерактивная доска, интернет, бумага, аудиторное обеспечение.

2.4. Модульная структура дисциплины с распределением весов по формам контролей

Формы контролей	Вес формы (форм) текущего контроля в результирующей оценке текущего контроля (по модулям)		Вес формы промежуточного контроля в итоговой оценке промежуточного контроля		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей (семестровой оценке)		Весы результирующей оценки промежуточных контролей и оценки итогового контроля в результирующей оценке итогового контроля
	M1 ₁	M2	M1	M2	M1	M2			
Вид учебной работы/контроля									
Контрольная работа <i>(при наличии)</i>	0,5								
Устный опрос <i>(при наличии)</i>	0,5								
Весы результирующих оценок текущих контролей в итоговых оценках промежуточных контролей					0,5				
Весы оценок промежуточных контролей в итоговых оценках промежуточных контролей					0,5				
Вес итоговой оценки 1-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей							1		
Вес итогового контроля (Экзамен/зачет) в результирующей оценке итогового контроля									1
	$\sum_1 = 1$	$\sum_1 = 1$	$\sum_1 = 1$	$\sum_1 = 1$	$\sum = 1$	$\sum_1 = 1$	$\sum = 1$		$\sum = 1$

¹ Учебный Модуль

3. Теоретический блок (указываются материалы, необходимые для освоения учебной программы дисциплины)

3.1. Материалы по теоретической части курса

3.1.1. Учебник(и);

Фролов С. Е. Социология, 2006, гл. 15,16

Смелзер Н. Социология, М., 1998, гл. 18-20

Гидденс Э. Социология, 2005, гл.8

Социология. Основы общей теории (под ред. Осипова Г.В. и др.), 2005, гл.7

Социология (под ред. Э.В.Гадевояна). М.,1995., гл.7

Фролов С. Е. Социология, 2006, гл.1-2

Кравченко А.И. Социология, М., 2003, гл.5

Смелзер Н. Социология, М., 1998, гл.1;

3.1.2. Электронные материалы (электронные учебники, учебные пособия, курсы и краткие конспекты лекций, презентации РРТ и т.п.);

4. Фонды оценочных средств (указываются материалы, необходимые для проверки

4.1. Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов

4.2. Тематика рефератов, эссе и других форм самостоятельных работ

1.О.Конт -первый социолог

2.М.Вебер и его вклад в развитие социологической мысли

4.3. Образцы вариантов контрольных работ, тестов и/или других форм текущих и промежуточных контролей

1. Какие из предложенных объяснений неравенства

принадлежат: 1 К. Марксу 2 М. Веберу 3 Р. Дарендорфу

4 Э. Дюркгейму?

(для каждого объяснения проставить соответствующую автору цифру)

А. Неравенство помогает обществу обеспечить такие условия, в которых самые важные виды деятельности выполняют самые способные. Оно – естественный способ выживания общества.

В. Неравенство является результатом такого положения, когда люди, под чьим контролем находятся общественные богатства, имеют возможность извлекать для себя выгоду.

С. Неравенство вызвано не экономическими, а властными отношениями.

Д. Неравенство определяется неодинаковыми возможностями получения доходов, нахождения у власти и статусной позицией.

2. Группа людей с определенным правовым статусом, передаваемым по наследству, называется

- A. Сословием.
 - B. Профессией.
 - C. Кастой.
 - D. Классом.
- 3. Какая стратификационная система является открытой?**

- A. Кастовая.
 - B. Сословная.
 - C. Классовая.
- 4. К модальной личности можно отнести:**
- A. идеальный тип личности;
 - B. наиболее распространенный тип личности в обществе;
 - C. нормативный тип личности.

5.4. Перечень экзаменационных вопросов

5.5. Образцы экзаменационных билетов

5.6. Образцы экзаменационных практических заданий*

5.7. Банк тестовых заданий для самоконтроля*

5.8. Методики решения и ответы к образцам тестовых заданий*

6. Методический блок

6.1. Методика преподавания, обоснование выбора данной методики

Лекция. Через устное систематическое и последовательное изложение материала по определенной теме достигается ряд следующих методических целей: а) возможность передать информацию в сжатые сроки большой аудитории б) возможность представить \

1. предмет в его развитии; в) детальное ознакомление с труднодоступным материалом, акцент

на тонкостях темы, ключевых идеях, именах и концепциях, т.е. выделение самого существенного в сжатом виде.; г) передача как фундаментальной, так и новейшей информации; д) передача и разъяснение принципиальной позиции лектора по ключевым вопросам; е) возможность дать обзор темы; ж) передача знаний, которые невозможно освоить в рамках других форм занятий, что особенно важно при преподавании общей социологии.

Во время лекций будут применяться следующие методы подачи материала: объяснительно-иллюстративный (с использованием слайдов) метод; проблемное изложение; частично-поисковый (эвристический) метод.

2. Семинары. Этот метод необходим для формирования у студентов новых навыков работы и закрепления материала, пройденного на лекции.

Будут применяться следующие типы семинара:

- ✓ Развернутая творческая беседа с использованием дискуссий
При такой форме семинарского занятия студенты получают элементарные навыки выступления перед аудиторией, учатся вести полемику, защищать свои позиции.
- ✓ Исследовательский семинар
Такая форма семинарского занятия позволяет при помощи самостоятельного освоения практических навыков и произведения расчетов иллюстрировать существующие социальные

взаимосвязи, поможет студентам применять теоретические знания к практике и лучше разобраться в обсуждаемых вопросах .

✓ Реферативно – докладная форма или свободное обсуждение в сочетании с докладами.

✓ Вопросно-ответная форма.

3. Контрольная работа. Цель контрольной работы - завершить курс обучения по данной дисциплине, проверить сложившуюся у студента систему понятий и оценить степень полученных знаний. Тем самым контрольная работа содействует обобщению знания и переводу его на качественно новый уровень - на уровень системы как упорядоченной совокупности данных, что позволяет студенту понять логику предмета в целом.