

АННОТАЦИЯ

рабочей программы по дисциплине

Социология массовых коммуникаций

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация - Бакалавр

Форма обучения – очная/заочная

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ:

Рабочая программа дисциплины "Социология массовых коммуникаций" составлена в соответствии с учебным планом подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования, утверждёнными стандартами и положениями Университета

Целью освоения дисциплины является освоение студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области социологии массовых коммуникаций и реализация их в своей профессиональной деятельности.

1.2. ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Результатом освоения дисциплины "Социология" являются способности применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.01- Реклама и связи с общественностью должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

организационно-управленческая деятельность:

участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

проектная деятельность:

участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

коммуникационная деятельность:

участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

рекламно-информационная деятельность:

разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

рыночно - исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;

информационно-технологическая деятельность:

участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;

участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина относится к Блоку 1 базовой части. В соответствии с учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной форме обучения, на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: **экзамен**. Для успешного освоения дисциплины необходимы входные знания, умения и компетенции студента, полученные по следующим дисциплинам: психология, основы теории коммуникации, деловые коммуникации.

1.4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

1.4.1. В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

а) профессиональными (ПК)

способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

1.4.2. В результате изучения дисциплины студент будет:

Знать:	✓ основы технологии организации и проведения социологического исследования (ПК-10)
Уметь:	✓ выполнять все необходимые этапы проведения социологического исследования (ПК-10)
Владеть:	✓ навыками работы с полученными результатами проведенного социологического исследования (ПК-10)

1.5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ:*очная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	семестры	
		3	4
Аудиторные занятия (всего)	50	-	50
В том числе:			
Лекции	20	-	20
Практические занятия (ПЗ)	-	-	-
Семинары (С)	30	-	30
Самостоятельная работа (всего)	58	-	58
В том числе:			
Анализ специальной литературы	15	-	15
Подготовка к аудиторным занятиям	15	-	15
Подготовка к текущему и рубежному контролю	10	-	10
Работа с интернет-источниками	10	-	10
Подготовка к экзамену	8	-	8
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	-	Экзамен

Общая трудоёмкость	часы	108	-	108
	зачётные единицы	3	-	3

заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	семестры		
		5	6	
Аудиторные занятия (всего)	8	8	-	
В том числе:				
Лекции	4	4	-	
Практические занятия (ПЗ)				
Семинары (С)	4	4	-	
Самостоятельная работа (всего)	100	100	-	
В том числе:				
Контрольная работа	20	20	-	
Анализ специальной литературы	20	20	-	
Подготовка к аудиторным занятиям	10	10	-	
Работа с интернет-источниками	14	14	-	
Подготовка к экзамену	36	36	-	
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен	-	
Общая трудоёмкость	часы	108	108	-
	зачётные единицы	3	3	-