

Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью(Реклама и связи с общественностью)

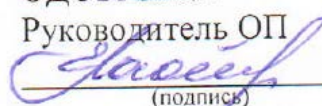
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра социологии, социальной работы и управления персоналом

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП



Е.Е.Ломакина

(подпись)

« 1 » сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Социология

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы:	Реклама и связи с общественностью

Иваново



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

1. Цели освоения дисциплины

- приобретение знаний о социальных явлениях и процессах, происходящих в обществе; механизмах функционирования общества, его институтах и социальных группах;
- формирование способности к анализу социальных процессов;
- овладение понятийно-категориальным аппаратом социологии;
- ознакомление с содержанием социологической деятельности;
- рассмотрение общества как социальной реальности и целостной системы;
- формирование представлений о содержании и сущности основных процессов социального развития современного общества;
- изучение основных проблем российского общества;
- формирование социологической грамотности и культуры, способности применять социологические подходы, знания и методы в редакционной работе;
- формирование активной жизненной и гражданской позиции.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина относится к обязательной части ОП. Для ее изучения в качестве входных знаний необходимо понимание обучающимися принципов функционирования современного общества, знание основ формирования его социальной структуры, типов социальных общностей и социальных процессов, а также механизмов взаимоотношений СМИ и общества, принципов и функций журналистской деятельности (предшествующая дисциплина «теория и практика массовой информации», «Политология», «Культурология»). Знания, полученные в ходе изучения курса «Социология», развиваются в дальнейшем изучении основных видов социальной коммуникации, их специфики, в том числе – массовой коммуникации («Религиоведение», «Социология массовых коммуникаций», «социокультурные аспекты рекламы»), закрепляются в процессе производственной практики.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

б) общепрофессиональные (ОПК):

- Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с формируемыми компетенциями

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

— объект, предмет и метод социологии, ее место в системе социально-гуманитарных дисциплин; понятийно-категориальный аппарат социологии; современные социологические школы и течения; этапы и закономерности формирования социальных институтов; специфику социальной ответственности в рекламной деятельности (ОПК-7.1.);

Уметь:

— характеризовать современные социологические теории; классифицировать социальные процессы и явления; выделять сущностные характеристики социальных процессов и



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

явлений; анализировать социальные процессы в России и в мире; нести социальную ответственность в своей профессиональной деятельности; (ОПК-7.2);

Иметь навыки:

— конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей, следуя принципам социальной ответственности и успешного выполнения профессиональных задач (ОПК-7.3).

4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 6 зачетных единицы (216 академических часов).

Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

Объем иной контактной работы и самостоятельной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения) Формы промежуточной аттестации
			Занятия лекцион- ного типа	Занятия семинар- ского типа	
1	Раздел 1. Социология как наука	5	2		Входной контроль (собеседование), контроль посещаемости
1.1	Тема 1. Объект, предмет и методы социологии				
1.2	Тема 2. Структура социологического знания.				
1.3	Тема 3. Основные этапы развития социологии в мире и в России.	5	2	2 семинар	Выступления на семинаре. Работа с текстом
2	Раздел 2. Общество как социокультурная система	5	2		Контроль посещаемости
2.1	Тема 1. Сущность и строение общества. Типологии обществ.				
2.2	Тема 2. Российское общество: проблемы изучения и развития	5	2	2 семинар	Собеседование, дискуссия
3	Раздел 3. Социальная структура общества	5	2	2 семинар	Ответы на проблемные вопросы
3.1	Тема 1. Социальная структура.				
3.2	Тема 2. Социальные общности и группы.				
3.3	Тема 3. Социальные институты и социальные организации современного общества	5	2	1 семинар	Собеседование, Опорный конспект.
4	Раздел 4. Личность и общество	5	1		Контроль посещаемости
4.1	Тема 1. Социологические концепции личности				
4.2	Тема 2. Социализация личности				
4.3	Тема 3. Девиантное поведение	5	1	2	Выступления на семинаре



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

	и социальный контроль			семинар	с докладами и презентацией.
5	Раздел 5. Социальная стратификация и социальная мобильность	5	2		Контроль посещаемости
5.1	Тема 1. Понятие социальной стратификации				
5.2	Тема 2. Социальная мобильность	5	2	2 семинар	Терминологический диктант
6	Раздел 6. Социальные процессы и изменения	5	2		Контроль посещаемости
6.1	Тема 1. Социальные изменения и процессы.				
6.2	Тема 2. Культура как фактор социальных изменений.	5	2		Контроль посещаемости
6.3	Тема 3. Модернизация, глобализация, локализация в современном мире.	5	2	2 семинар	Терминологический диктант
	Итого за 5 семестр		18	16	Зачет
7	Раздел 7. Социология рекламы				
7.1	Реклама как социальный институт. Его связь с другими институтами	6	2	2 семинар	Вопросы к семинару, защита рефератов
7.2	Реклама и массовое сознание. Динамика отношения к рекламе в России	6	2	2 семинар	защита рефератов
7.3	Влияние рекламы на формирование новых рынков, образа жизни и языка	6	4	2 семинар	Вопросы к семинару, защита рефератов
7.4	Основные этапы развития рекламы. Средства распространения рекламы	6	2	2 семинар	Вопросы к семинару, защита рефератов
7.5	Основные виды рекламы	6	2	2 семинар	Вопросы к семинару, защита рефератов
7.6	Место рекламы в рамках маркетинговой деятельности. Коммуникативные стратегии в рекламе	6	2	2 семинар	составление брифа (технического задания) на маркетинговое исследование; вопросы к семинару, защита рефератов
7.7	Социологическое обеспечение рекламной компании	6	2	2 семинар	презентация программы и результатов маркетингового социологического исследования
Итого за 6 семестр			14	14	Экзамен
Итого			32	30	



Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

Раздел 1. Социология как наука

Тема 1. Объект, предмет и методы социологии

Социология как научное изучение общества. Понятие «социального» как интегрального системного качества общественных явлений. Проблема объекта социологии. Специфика предмета социологии. Функции социологии как науки. Социологическое воображение. Методы социологии.

Тема 2. Структура социологического знания

Социология в системе общественных наук. Теоретическая и эмпирическая социология. Фундаментальная и прикладная социология. Макросоциология и микросоциология. Социологические и социальные исследования. Проблемы отраслевых социологий.

Тема 3. Основные этапы развития социологии в мире и в России

Социальные и теоретико-методологические предпосылки возникновения социологии. О. Конт как основатель социологии. Основные этапы развития социологии как науки. Классические и современные социологические теории. Специфика разных периодов развития социологии в России. Вклад П.А. Сорокина в отечественную и мировую социологию. Новые направления социологических исследований.

Раздел 2. Общество как социокультурная система

Тема 1. Сущность и строение общества. Типологии обществ

Понятие общества. Основные признаки общества. Социологические подходы к изучению общества. Общество как система. Функции общества. Типологии обществ.

Тема 2. Российское общество: проблемы изучения и развития

Социокультурное развитие российского общества. Главные социальные проблемы российского общества. Социальное реформирование российского общества. Гражданское общество. Правовое и социальное государство.

Раздел 3. Социальная структура общества

Тема 1. Социальная структура общества

Понятие социальной структуры. Теоретические подходы к анализу социальной структуры общества. Понятия «социальный класс», «социальный слой», «социальная группа». Значение понятий «статус», «социальная позиция», «социальная роль».

Тема 2. Социальные общности и группы

Понятие социальной общности. Социальные группы как основная форма социальных общностей. Различие между понятиями "социальная группа" и "социальная общность". Виды социальных групп. Квазигруппы: толпа, социальные круги, аудитории. Группы, разделяемые по принадлежности к ним индивидов: ингруппа и аутгруппа, референтные группы. Группы, разделяемые по характеру взаимоотношений между их членами: первичные и вторичные группы, малые и большие группы. Групповая динамика: руководство и лидерство, сплоченность группы, групповое давление, особенности групповых эффектов и др.

Тема 3. Социальные институты и социальные организации современного общества

Понятие социального института как одной из базовых социальных дефиниций. Социальные потребности как основа появления институтов. Процесс институционализации и развитие институтов. Классификация институтов. Условия функционирования институтов. Институциональные функции: явные и латентные. Дисфункции социальных институтов.



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Организация как социальный феномен и как специфическая социальная система. Признаки организации. Основные концепции организации: "организация-машина", "бюрократическая модель", "организация-община", "естественная организация". Типология организаций.

Раздел 4. Личность и общество

Тема 1. Социологические концепции личности и ее типология

Многозначность и дискуссионность понимания личности. Отличие понятия "личность" от смежных понятий: человек, индивид, индивидуальность. Специфика социологического подхода к изучению личности. Социологические теории личности: ролевая теория (Дж. Мид), диспозиционная теория (М. Рокич, В.А. Ядов), психоаналитическая теория.

Тема 2. Социализация личности

Понятие социализации личности. Первичная социализация и ресоциализация (вторичная социализация). Агенты и институты социализации, их функции. Статусная структура личности. Ролевая структура и ролевой конфликт. Социальные установки личности. Понятие аттитюда. Функции аттитюда. Структура аттитюда.

Тема 3. Девиантное поведение и социальный контроль

Социальные нормы. Девиация: социологическое и криминологическое определения. Функции социальных норм. Конформность и аномия. Девиантное и делинквентное поведение. Типы отклоняющегося поведения: культурное и психическое; индивидуальное и групповое; первичное и вторичное; культурно одобряемое и культурно осуждаемое. Социальный контроль. Виды социального контроля. Формальный и неформальный контроль, самоконтроль.

Раздел 5. Социальная стратификация и социальная мобильность

Тема 1. Понятие социальной стратификации

Теоретические основания концепции социальной стратификации. Теория стратификации П. Сорокина. Концепция статуса М. Вебера: власть, богатство, престиж. Стратификация и социальный порядок. Социальные различия и неравенство. Социальная стратификация и социальная дифференциация.

Тема 2. Стратификация в современном обществе. Критерии стратификации

Основные формы социальной стратификации: экономическая, политическая, профессиональная, образовательная и др. Понятия о количественных и качественных различиях форм стратификации. Экономическая стратификация. Концепция среднего класса. Теоретические подходы к измерению бедности (социал-дарвинизм, эгалитаризм). Абсолютная и относительная бедность (депривация). Субкультура бедности.

Тема 3. Социальная мобильность

Социальная мобильность: понятие, классификация. Вертикальная и горизонтальная мобильность. Основные факторы мобильности. Позитивные и негативные последствия индивидуальной и групповой мобильности. Взаимосвязь социальной мобильности и социальной стратификации.

Раздел 6. Социальные процессы и изменения

Тема 1. Социальные изменения и процессы

Понятие социальных изменений. Теории социальных изменений, ведущие факторы социальных изменений. Индустриализация и деиндустриализация. Урбанизация и рурализация. Революции и социальные движения. Теории социальных движений в современной социологии. Социальные трансформации на постсоветском пространстве: направления, факторы, социальные последствия. Травма социальных изменений (П. Штомпка).



Тема 2. Культура как фактор социальных изменений

Понятие культуры в социологии. Типы определений культуры. Ценности, обычаи, ритуалы, мифы, языки, стереотипы как элементы культуры. Функции культуры. Срединная (доминантная) культура в соотношении с субкультурами, контркультурами. Культуроцентричность современного общества. Культурная политика. Культурные изменения. Преемственность и изменчивость. Заимствования и инновации в культуре. Культурное наследие и его актуализации. Субкультуры и культурное многообразие. Контркультуры.

Тема 3. Модернизация, глобализация, локализация в современном мире

Понятие модернизации. Типы и темпы модернизации. Общества первого, второго, третьего мира. Глобализация в современных обществах. Центр и периферия. Множественная глобализация. Количественные и качественные изменения в глобализирующемся обществе. Локализация.

Раздел 7. Социология рекламы

Тема 1. Реклама как социальный институт. Его связь с другими институтами

Краткая история развития рекламы, предпосылки ее институционализации. Реклама как отражение уровня развития экономики, и ее воздействие на экономическое развитие. Реклама и СМИ: особенности взаимодействия. Экономические предпосылки появления рекламы в России.

Тема 2. Реклама и массовое сознание. Динамика отношения к рекламе в России

Возможности и ограничения влияния на массовое сознание с помощью рекламы. Способы изучения массового сознания с целью формирования рекламных сообщений. Сознание и подсознание – как с ними работает реклама. Формирование рекламного языка и клипового сознания. Появление рекламы в России, отношение к ней отдельных социально-демографических и социокультурных групп. Динамика отношения россиян к рекламе. Влияет ли назойливость рекламы на ее эффективность? Должна ли реклама нравиться, чтобы оказывать воздействие?

Тема 3. Влияние рекламы на формирование новых рынков, образа жизни и языка

Влияние рекламы на бытовую и литературную речь, язык прессы. Рекламные слоганы и их внедрение в повседневный язык. Объединение целевых и нецелевых групп рекламы с помощью рекламных речевых конструктов. Новые рынки и новый образ жизни под воздействием рекламы. Изменения в гигиенических стандартах, в уходе за телом, использовании контрацепции как результат рекламного воздействия. Нетрадиционные для рекламы функции, выполняемые в России – консультант, советчик. Вхождение в российскую культуру новых персонажей, причины и архетипы наиболее воспринятых героев рекламы

Тема 4. Основные этапы развития рекламы. Средства распространения рекламы

Реклама как источник информации о товаре. Реклама сообщает потребительские свойства; реклама как равноправный посредник между продавцом и покупателем, относительно рациональное отношение к выбору товара или услуги. Реклама брендов. Понятие и история бренда, различие между брендами и торговыми марками. Переход к продвижению брендов. Слоган как элемент бренда. Реклама образов. Наиболее типичные образы. Психологические методики создания правильных рекламных образов. Исторические и социокультурные корни важнейших образов рекламы. Переход от удовлетворения потребностей к их формированию. Реклама ценностных ситуаций. Моделирование жизненных ситуаций на основе изучения системы ценностей – современная основа рекламной деятельности.

Тема 5. Основные виды рекламы

Реклама в печати. Специализированная рекламная пресса – читатель самостоятельно ищет товар или услугу. Почему значение таких изданий падает в эпоху Интернета. Реклама в тематических газетах и журналах – первый способ воздействия непосредственно на целевую аудиторию. Рекламные подборки в ежедневных газетах. Специфика и эффективность



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

воздействия. Наружная реклама – город как рекламный носитель. Реклама на наземном транспорте и в метро. Реклама на вагонах трамвая – первая динамичная реклама. Метро – в вагонах, на станциях, вдоль эскалаторов и пр. – реклама, не вызывающая раздражения. Реклама на радио и телевидении: специфика радиорекламы, ее возникновение, развитие, причины ее эффективности в ситуации, когда рынок радиорекламы имеет четкие форматы. Телевизионная реклама: аудио- и визуальное воздействие. Почему в новой России реклама наиболее динамично развивалась именно на телевидении. Социальные причины наиболее негативного отношения к телерекламе. Реклама в Интернете: нетрадиционные формы взаимодействия рекламы с потребителями, проблемы измерений, степень эффективности.

Тема 6. Место рекламы в рамках маркетинговой деятельности. Коммуникативные стратегии в рекламе

Развитие маркетинговых стратегий и реклама. Адресат рекламы: проблема уязвимых групп. Реклама и лоббизм производителя: меры защиты. Проблема скрытой рекламы. Способы давления рекламодателей на редакционную политику.

Тема 7. Социологическое обеспечение рекламной компании

Определение готовности общества к продвигаемому продукту. Определение объективной и субъективной готовности: меры и способы. Качественные технологии исследования рекламы. Уровни анализа в качественных методах. Специализированные техники в качественных исследованиях. Количественные исследования в рекламной деятельности. Сфера применения количественных методов в рекламе. Экспериментальные методы и специфика их применения в рекламной деятельности

5. Образовательные технологии, используемые при реализации дисциплины (модуля)

Для достижения цели дисциплины, повышения качества образования и формирования компетенций используется сочетание традиционных педагогических технологий с проблемной, контекстной образовательными технологиями, которые являются технологиями активного обучения. Выбор технологий связан с формами аудиторных занятий (лекции, семинары) и необходимостью организации и контроля самостоятельной работы студентов.

В рамках аудиторных занятий используются дискуссии, презентации, лекции информационного типа, а также конкретные методы, такие как метод case-study («разбор конкретных ситуаций»), «мозговой штурм», индивидуальное чтение, терминологический диктант. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине: технологии смешанного обучения. Также используются технологии визуализации (презентационная графика).

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студентов (внеаудиторные занятия) обеспечивается следующими формами работы: конспектирование и рецензирование научных статей; составление опорных схем, поиск информации в библиотечных системах, работа в кабинете социологии и управления персоналом; работа в сети Интернет; разработка программы социологического исследования по актуальной социальной проблематике; написание рекламных текстов с использованием социологических данных.

Методические указания к курсу выложены в Электронной информационно-образовательной среде «Мой университет» (<https://uni.ivanovo.ac.ru/>) и в Электронной библиотечной системе (<http://lib.ivanovo.ac.ru/>).

Полностью весь методический материал по обеспечению самостоятельной работы студентов приводится в Приложении 1.



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Студенты, обучающиеся на коммерческой основе, и иностранные учащиеся имеют, помимо того, возможности дополнительной подготовки. На индивидуальных занятиях, проводимых в форме собеседований (с использованием контрольных вопросов и тестов, перечень которых можно найти ниже), преподаватель вносит конкретные коррективы в обучение каждого и контролирует усвоение основных положений курса.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

В дисциплине «Социология» предусмотрены следующие формы контроля: входной, текущего, промежуточный и итоговый.

Входной контроль предполагает ответы на проблемные вопросы преподавателя и проводится с целью оценить готовность учащихся к освоению дисциплины «Социология». Входной контроль не влияет на рейтинг студента.

Текущий контроль предполагает реализацию следующих форм заданий:

1. Посещаемость – оценивается присутствие и активность студентов на семинарских занятиях;
2. Анализ научной статьи – оценивается умение структурировать материал, выбрать главное, наглядно представить результаты и собственную точку зрения на проблему.
3. Творческое задание – оценивается навык презентации информации по проблеме;
4. Эссе на предложенные преподавателем темы (представлены в ФОС);
5. Терминологические диктанты (3 диктанта).
6. Ответы на проблемные вопросы в рамках семинарских занятий;
7. Защита реферата
8. Защита творческой работы (составление брифа);

Формы промежуточного контроля:

1. Посещаемость;
2. Терминологические диктанты

Итоговый контроль – зачет, экзамен.

Критерии получения зачета по дисциплине: зачет выставляется при условии выполнения всех заданий, полученных от преподавателя в течение 5 семестра, и их положительной оценки (зачтено или зачтено с замечанием).

Критерии получения экзамена по дисциплине:

Допуск к экзамену осуществляется, если студент выполнил все виды промежуточного контроля. Экзамен как оценочное средство призван проверить сформированность у студента всех указанных в паспорте компетенций составляющих компетенции, приведенных в разделе 1.2. ФОС. Форма проведения экзамена – беседа по вопросам билета (устная). Время, отводимое на беседу – 20 минут.

Оценка «отлично», ставится если:

Ответы на поставленные вопросы в билете излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий социологии. Соблюдаются нормы литературной речи. Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно.

Оценка «хорошо» ставится, если демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи. Допускаются нарушения в последовательности изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если демонстрируются поверхностные знания вопроса. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения норм литературной речи.

Оценка «неудовлетворительно».



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Имеются заметные нарушения норм литературной речи.

Полностью все средства оценивания знаний студентов приводится в Фонде оценочных средств.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная учебная 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>
2. Павленок, П.Д. Социология : учебное пособие / П.Д. Павленок, Л.И. Савинов, Г.Т. Журавлев. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 734 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01971-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453055>.

Дополнительная литература

1. Сравнительная социология : учебник / под ред. А.В. Резаева ; Санкт-Петербургский государственный университет. - Санкт-Петербург : Издательство Санкт-Петербургского Государственного Университета, 2015. - 396 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-288-05610-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458117>
2. Мельников, М.В. История социологии. Классический период : учебное пособие / М.В. Мельников ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Новосибирский государственный технический университет. - 2-е изд. - Новосибирск : НГТУ, 2015. - 342 с. - (Учебники НГТУ). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7782-2728-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438413>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет» <https://uni.ivanovo.ac.ru>
2. Журнал «Мир России»: <http://ecsocman.hse.ru/mags/mirros>
3. Журнал «Общественные науки и современность»: <http://ecsocman.hse.ru/ons/#>
4. Журнал «Социология 4М: методология, методы, математические модели»: http://www.isras.ru/4M_nomera.html
5. Журнал «Социологические исследования»: http://www.isras.ru/socis_numbers.html
6. Журнал «Экономическая социология»: <http://ecsoc.hse.ru/>
7. Библиотечная система e-library: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
8. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <http://wciom.ru/>
9. База данных Фонда общественного мнения (ФОМ) <http://bd.fom.ru/>
10. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» <http://ecsocman.edu.ru>
11. Исследовательская группа «ЦИРКОН» <http://www.zircon.ru/>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru
Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>
Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office и(или) LibreOffice, интернет-браузер Microsoft Edge и(или) Yandex Browser.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории:

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;
- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;
- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения.

Лаборатория, оснащенная лабораторным оборудованием, комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения.

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации: демонстрационное оборудование (макеты, демонстрационные устройства); электронные пособия (презентации, электронные словари), печатные пособия (таблицы, плакаты, стенды, портреты, схемы).

Автор(ы) рабочей программы дисциплины: кандидат философских наук, доцент отделения журналистики, рекламы и связей с общественностью Д.С. Докучаев, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и управления персоналом Смирнова И.Н.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры социологии, социальной работы и управления персоналом

«31» августа 2023 г., протокол № 1

Программа обновлена

протокол заседания отделения № _____ от «_____» _____ 20__ г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ Е.Е Ломакина

(подпись)