



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**  
Отделение журналистики, рекламы и связей с общественностью

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

 Е.Е. Ломакина  
(подпись)

« 01 » сентября 20 21 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**

Дисциплина «Социология» направлена на приобретение студентами направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью знаний об окружающих их социальных явлениях и процессах, о механизмах функционирования общества, его институтах и социальных группах. Дисциплина формирует способности к анализу социальных процессов и способствует формированию активной жизненной и гражданской позиции.

#### **Задачи дисциплины:**

- 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 работе с общественным мнением.

### **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**

#### **3.1. 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);

#### **3.2. 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).

**4.1. 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)
			Занятия лекцион- ного типа	Занятия семинар- ского типа	Формы промежуточной аттестации
1	<b>Раздел 1. Социология как наука</b>	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	<b>Раздел 2. Общество как социокультурная система</b>	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	<b>Раздел 3. Социальная структура общества</b>	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	<b>Раздел 4. Личность и общество</b>	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	<b>Раздел 5. Социальная стратификация и социальная мобильность</b>				
5.1	Тема 1. Понятие социальной стратификации	5	2		Контроль посещаемости
5.2	Тема 2. Социальная мобильность	5	2	2 семинар	Терминологический диктант
6	<b>Раздел 6. Социальные процессы и изменения</b>				
6.1	Тема 1. Социальные изменения и процессы.	5	2		Контроль посещаемости
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
	<b>Итого за 5 семестр</b>		<b>18</b>	<b>16</b>	<b>Зачет</b>
7	<b>Раздел 7. Социология рекламы</b>				
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
	<b>Итого за 6 семестр</b>		<b>14</b>	<b>14</b>	
	<b>Итого</b>		<b>32</b>	<b>30</b>	<b>Экзамен</b>



## **4.2. 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](http://www.isras.ru/4M_nomera.html)

5. Журнал «Социологические исследования»: [http://www.isras.ru/socis\\_numbers.html](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](http://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.

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.

**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 Отделения журналистики, рекламы и связей с общественностью

«31» августа 2021 г., протокол № 1

Программа обновлена

протокол заседания отделения № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Согласовано:

Руководитель ОП \_\_\_\_\_ Е.Е Ломакина  
(подпись)