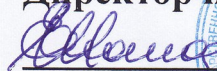


МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления АПК
Кафедра философии

СОГЛАСОВАНО:

Директор института

 Шапорова З.Е.

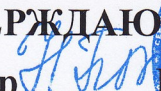
" 25 "



2019 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор

 Тыжикова Н.И.

" 25 "



2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Социология рекламы и связей с общественностью

ФГОС ВО

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код, наименование)

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в отрасли
(сфера АПК)

Курс 3

Семестр 5

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2019

Составители: Демкина К.В. и др.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)
Дж «2» 09 2019г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» _____ и примерной основной профессиональной образовательной программы (при наличии) _____, профессионального стандарта 512 ФГОС ВО.

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 1 «2» 09 2019г.

Зав. кафедрой Крушова К.К. проф. доц
(ФИО, ученая степень, ученое звание)
Дж «2» 09 2019г.

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № _____ «___» _____ 20__г.

Зав. кафедрой _____
Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» _____ и примерной основной профессиональной образовательной программы (при наличии) _____, профессионального стандарта _____.

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № _____ «___» _____ 20__г.

* - В качестве рецензентов могут выступать работодатели, вузы по профилю, НИИ

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Женщины
и управление АПК протокол № 7 «25» 03 20 19 г.

Председатель методической комиссии

Белова ЛА

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«25» 03 20 19 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Бухгалтерский учет, анализ и аудит

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«28» 03 20 19 г.

Аннотация

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.0.21 «Социология рекламы и связей с общественностью» является частью цикла дисциплин подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)». Дисциплина реализуется в ИЭиУ АПК кафедрой философии.

Дисциплина нацелена на формирование компетенций (ОПК – 4). Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с проблемами структуры и динамики современного общества, основными концепциями и методами социологического знания. Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические занятия, самостоятельная работа).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, промежуточный контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, что составляет 180 часа. Программой дисциплины предусмотрены аудиторные занятия: лекционные (34 часа), практические (34 часа), самостоятельная работа (76 часов), в том числе 20 часов в интерактивной форме.

Внешние требования к дисциплине регламентируются ФГОС ВО по данному направлению в части отнесения её к циклу Б1.0.21. Внутренние требования дисциплины определяются формируемыми компетенциями: ОПК – 4. Форма контроля — экзамен.

2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью изучения дисциплины Б1.0.21 «Социология рекламы и связей с общественностью» является знакомство обучающихся с основными социологическими подходами к анализу рекламы и связей с общественностью. В рамках достижения данной цели требуется решение следующих задач:

формирование культуры мышления; способности в письменной и устной речи правильно и убедительно оформить результаты своей мыслительной деятельности; стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;

осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой культурой профессиональной деятельности; обеспечить развитие у будущих бакалавров высокой способности к осмыслению проблем современного общества.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные социологические подходы к анализу рекламы и связей с общественностью;
- место рекламы и связей с общественностью в системе социальных институтов современного общества.

уметь:

- реферировать и аннотировать научную литературу (в том числе на иностранном языке);
- критически анализировать социологическую литературу;
- классифицировать и систематизировать социологические методы.

владеть:

- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий и полемики;

– навыками анализа социальных явлений.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-4.	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знать: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
		Уметь: Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп
		Владеть: навыками сопоставления процессов, происходящих в обществе и рекламной деятельности, выявления закономерностей общественного развития рекламы в обществе.

3. Организационно-методические данные дисциплины

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	ед.зач.	час.	по семестрам	
			№ 5	
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	180	180	
Контактная работа	1,9	68	68	
Лекции (Л)		34/10	34/10	
Практические занятия (ПЗ)		34/10	34/10	
Семинары (С)				
Лабораторные работы (ЛР)				
Самостоятельная работа (СРС)	2,1	76	76	
в том числе:				
самоподготовка к тестированию		30	30	
самостоятельное изучение разделов и тем дисциплины		46	46	
Вид контроля:				
Экзамен	1	36	36	

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Структура дисциплины

4.2. Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторна я работа (СРС)
		Л	ПЗ	
Модуль 1. Реклама и связи с общественностью в системе современного общества	72	17	17	38
Модульная единица 1.1. Специфика социальной структуры современного общества	26	4	4	8
Модульная единица 1.2. Социальная динамика современного общества	18	4	4	10
Модульная единица 1.3. Реклама как социальный институт	18	4	4	10
Модульная единица 1.4. Связи с общественностью как социальный институт	20	5	5	10
Модуль 2. Основные социологические подходы к рекламе и связям с общественностью	72	17	17	38
Модульная единица 2.1. Функционализм в анализе рекламы и связей с общественностью	22	4	4	8
Модульная единица 2.2. Идеологический анализ рекламы и связей с общественностью	18	4	4	10
Модульная единица 2.3. Семиологический анализ содержания материалов рекламы и связей с общественностью	18	4	4	10
Модульная единица 2.4. Постмодернистский анализ рекламы и связей с общественностью	20	5	5	10
Экзамен	36			
ИТОГО	180	34	34	76

4.3. Содержание модулей дисциплины

Таблица 4

Содержание лекционного курса

Содержание практических занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лекции указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во Часов
1.	Модуль 1. Реклама и связи с общественностью в системе современного общества		Тестирование	17
	Модульная единица 1.1. Специфика социальной структуры современного общества	Лекция № 1 Специфика социальной структуры современного общества	Тестирование	5
	Модульная единица 1.2. Социальная динамика современного общества	Лекция №2 Социальная динамика современного общества	Тестирование	4
	Модульная единица 1.3. Реклама как социальный институт	Лекция №3 Реклама как социальный институт	Тестирование	4
	Модульная единица 1.4. Связи с общественностью как социальный институт	Лекция №4 Связи с общественностью как социальный институт	Тестирование	4

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лекции указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во Часов
2	Модуль 2. Основные социологические подходы к рекламе и связям с общественностью		Тестирование	17
	Модульная единица 2.1. Функционализм в анализе рекламы и связей с общественностью	Лекция №5 Функционализм в анализе рекламы и связей с общественностью	Тестирование	5
	Модульная единица 2.2. Идеологический анализ рекламы и связей с общественностью	Лекция №6 Идеологический анализ рекламы и связей с общественностью	Тестирование	4
	Модульная единица 2.3. Семиологический анализ содержания материалов рекламы и связей с общественностью	Лекция №7 Семиологический анализ содержания материалов рекламы и связей с общественностью	Тестирование	4
	Модульная единица 2.4. Постмодернистский анализ рекламы и связей с общественностью	Лекция №8 Постмодернистский анализ рекламы и связей с общественностью	Тестирование	4
3	ИТОГО			34

4.4. Практические занятия

Таблица 5

Содержание практических занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во Часов
1.	Модуль 1. Реклама и связи с общественностью в системе современного общества		Тестирование	17
	Модульная единица 1.1. Специфика социальной структуры современного общества	Занятие № 1 Специфика социальной структуры современного общества	Тестирование	5
	1.2. Социальная динамика современного общества	Занятие №2 Социальная динамика современного общества	Тестирование	4
	1.3. Связи с общественностью как социальный институт	Занятие №3 Связи с общественностью как социальный институт	Тестирование	4
	1.4. Связи с общественностью как социальный институт	Занятие №4 Связи с общественностью как социальный институт	Тестирование	4
2	Модуль 2. Основные социологические подходы к		Тестирование	17

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во Часов
	рекламе и связям с общественностью			
	Модульная единица 2.1. Функционализм в анализе рекламы и связей с общественностью	Занятие №5 Функционализм в анализе рекламы и связей с общественностью	Тестирование	5
	Модульная единица 2.2. Идеологический анализ рекламы и связей с общественностью	Занятие №6 Идеологический анализ рекламы и связей с общественностью	Тестирование	4
	Модульная единица 2.3. Семиологический анализ содержания материалов рекламы и связей с общественностью	Занятие №7 Семиологический анализ содержания материалов рекламы и связей с общественностью	Тестирование	4
	Модульная единица 2.4. Постмодернистский анализ рекламы и связей с общественностью	Занятие №8 Постмодернистский анализ рекламы и связей с общественностью	Тестирование	4
3	ИТОГО			34

4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний

4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
Модуль 1. Реклама и связи с общественностью в системе современного общества			38
1.	Модульные единицы единица 1.1., 1.2., 1.3., 1.4.	<i>Самостоятельное изучение разделов и тем дисциплины</i> 1. Модели социальной структуры современного западного общества. 2. Модели социальной структуры современного российского общества. 3. Тенденции развития современного общества. 4. Социальные конфликты в современном обществе. 5. Специфика социальной коммуникации в современном обществе. 6. Институты социальной коммуникации и их место в социальной системе.	23

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
		7. Средства массовой коммуникации в системе социальных институтов современного общества. 8. Реклама в системе социальных институтов современного общества. 9. Связи с общественностью в системе социальных институтов современного общества. 10. Реклама как часть массовой культуры современного общества.	
		<i>Самоподготовка к тестированию</i>	15
Модуль 2. Основные социологические подходы к рекламе и связям с общественностью			38
	Модульные единицы 2.1, 2.2., 2.3.2.4..	<i>Самостоятельное изучение разделов и тем дисциплины</i> 11. Основные постулаты функционализма. 12. Социальная система с позиций функционалистского подхода. 13. Теория автопоэзиса Н. Лумана. 14. Концепция идеологии марксизма. 15. Концепция идеологии неомарксизма. 16. Идеологические функции рекламы и связей с общественностью. 17. Основные постулаты семиологического подхода. 18. Стратегия семиологического анализа рекламы. 19. Постмодернизм о сущности современного общества и культуры. 20. Реклама и связи с общественностью как часть «гиперреальности».	23
		<i>Самоподготовка к тестированию</i>	15
3	ВСЕГО		76

Таблица 7

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
ОПК-4	1-8	1-8	1-20		Тестирование, экзамен

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература (таблица 9)

Таблица 7

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Философии Направление подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**, направленность (профиль) **«Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)»**

Дисциплина «Социология рекламы и связей с общественностью»

Вид занятий	Наименование	Авторы	Издательство	Год Издания	Вид издания		Место хранения		Необходи- мое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ.	Электр.	Библ.	Каф.		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Основная литература										
Л,ПЗ	Социология [Текст] : учебник	Лавриненко ,В.Н. [и др.]	М. : Проспект	2015	Печ.		Библ			10
Л,ПЗ	Социология [Текст] : учебник для бакалавров	Кравченко, А. И.	М. : Проспект	2014	Печ		Библ			40
Дополнительная литература										
Л,ПЗ	Социология [Текст] : словарь терминов	Коленкина, А. А.	Красноярск: КрасГАУ	2015	Печ.	+	Библ			2
Л,ПЗ	Социология [Текст] : учебник	Немировский, В. Г.	М. : Проспект	2013	Печ		Библ			10

Директор Научной библиотеки

Зак

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

1. Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ на платформе LMS Moodle – Режим доступа: <https://e.kgau.ru/>
2. Научная библиотека Красноярский ГАУ –
Режим доступа: <http://www.kgau.ru/new/biblioteka/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU –
Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
4. СПС «Консультант Плюс» – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Лань» – Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
6. Электронная библиотечная система «Юрайт» – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/>
7. «Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия», - Раздел «Техника/ Компьютеры и Интернет» – Режим доступа: <https://megabook.ru/>

Информационно- поисковые системы:

- Google – Режим доступа: <http://www.google.com>
- Yandex – Режим доступа: <http://www.yandex.ru>
- Rambler – Режим доступа: <http://www.rambler.ru>
-

6.3 Программное обеспечение

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Виды текущего контроля: тестирование.

Промежуточный контроль – экзамен.

Рейтинг план по дисциплине:

Название модуля	Количество часов	Тестирование	Экзамен (количество баллов)	Всего
Модуль 1. Основные исторические этапы развития социологии	30	20		20
Модуль 2. Основные проблемы и методы социологии	30	10		40
Экзамен			40	40
Итого:	72	30	40	100

Для экзамена обучающемуся необходимо набрать минимальное количество баллов – 60, при этом активно работающие на занятиях обучающиеся и показавшие хорошие результаты в ходе текущего контроля, могут в течение семестра набрать необходимое количество баллов, в этом случае экзамен проставляется автоматически.

Обучающиеся, не набравшие необходимого количества баллов, проходят промежуточный контроль в форме ответов на вопросы к экзамену. За промежуточный контроль можно дополнительно получить 40 баллов.

Критерии оценивания устного ответа на экзамене

Показатель оценки устного ответа на экзамене	Критерий оценки результатов обучения	Шкала оценивания
«Удовлетворительно»	Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает способность обучающихся к анализу основных методов социологии; знание специфики современного развития общества	15-25 баллов
«Хорошо»	Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает способность обучающихся к критическому анализу социологических теорий и методов	25-35 баллов
«Отлично»	Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает способность обучающихся к самостоятельной постановке проблем в области социологической методологии; способность к генерированию новых идей	36-40 баллов

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория 4-06 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебная аудитория 5-05 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И»).

Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, аудиторная доска, информационные и методические материалы, общая локальная компьютерная сеть Internet, 2 инсталляционных акустических системы AMIS INSTALL30W, кафедра для мультимедийного оборудования, мультимедийный проектор Panasonic PT-D3500E.

Программное обеспечение:

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

9. Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины

9.1. Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной потоочно-групповой системы обучения. При потоочно – групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность:

- изучение отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Бакалавры перед изучением дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач (кейс-стади);
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

9.2. Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - 1.1. размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
 - 1.2. присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
 - 1.3. выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - 2.1. надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

- 3.1. возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушением слуха	• в печатной форме; • в форме электронного документа;

С нарушением зрения	• в печатной форме увеличенных шрифтом; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	• в печатной форме; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии
•			

Программу разработали:
Демина Н. А., к. филос. н., доц.

Рецензия на рабочую программу
по дисциплине «Социология рекламы и связей с общественностью» для
обучающихся 1 курса очной формы обучения по направлению 42.03.01 «Реклама и
связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с
общественностью в отрасли (сфера АПК)»

Рабочая программа по дисциплине «Социология рекламы и связей с общественностью» для обучающихся 1 курса очной формы обучения подготовки по магистерской программе по направлению (далее по тексту Рабочая программа) представленная для рецензирования, соответствует в части преподавания предмета «Социология рекламы и связей с общественностью» примерной программе данной дисциплины, а также Федеральному государственному образовательному стандарту ФГОС ВО для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)», квалификация (степень) - бакалавр.

Программа содержит аннотацию, содержание которой определяет место и роль данной дисциплины, в овладении обучающимися знаниями, практическими навыками и компетенциями, установленными Федеральным государственным образовательным стандартом ВО для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» квалификация (степень) - бакалавр.

В программе определены конкретные цели и задачи изучения дисциплины «Социология рекламы и связей с общественностью», отражены тенденции ее развития за последнее десятилетие.

Тематический план лекций и практических занятий составлен в логически обоснованной последовательности, позволяющей обучающимся поэтапно осваивать разделы дисциплины, следуя принципам от простого к сложному. Учебное время распределено по темам курса и видам учебных занятий оптимальным образом.

Программа содержит карту материально-технического обеспечения дисциплины, согласно которой, имеет место хороший уровень технического, в том числе компьютерного, оснащения процесса обучения и контроля знаний учащихся.

Перечень учебной литературы разделен на основные и дополнительные источники и представлен современными изданиями, рекомендованными в качестве учебников Министерством образования и науки Российской Федерации.

Таким образом, представленная программа отвечает всем необходимым требованиям по структуре, изложению и содержанию для дисциплины «Социология рекламы и связей с общественностью», что позволяет дать положительное заключение и считать возможным ее использование в учебном процессе по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)».

Доцент кафедры философии
ГИ СФУ



к.филос.н., Григоренко Е.В.