

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Мурманский арктический государственный университет»
(ФГБОУ ВО «МАГУ»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.05.ДВ.01.02 Социологическое сопровождение рекламной деятельности

(название дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом)

**основной профессиональной образовательной программы
по направлению подготовки**

39.03.01 Социология

направленность (профиль) Цифровая и экспертно-аналитическая социология

(код и наименование направления подготовки
с указанием направленности (наименования магистерской программы))

высшее образование – бакалавриат

уровень профессионального образования: высшее образование – бакалавриат / высшее образование – специалитет,
магистратура / высшее образование – подготовка кадров высшей квалификации

бакалавр

квалификация

очная

форма обучения

2022

год набора

Составитель(и):

Жигунова Г.В., д-р социол. наук, доцент,
зав. кафедрой философии и социальных наук

Утверждена на заседании кафедры
философии и социальных наук
Социально-гуманитарного института
(протокол № 8 от 10.03.2022 г.)
Зав. кафедрой Жигунова Г.В.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина «Социологическое сопровождение рекламной деятельности» направлена на рассмотрение обучающимися вопросов социологической оснащённости маркетинговых и рекламных исследований.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующие компетенции:

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-2: Способен подготовить проектное предложение для проведения социологического исследования (самостоятельно или под руководством)	ПК-2.1. Проводит подготовку и планирование проектного предложения по реализации фундаментального или прикладного социологического исследования ПК-2.2. Разрабатывает программные и методические документы фундаментального или прикладного социологического исследования ПК-2.3. Разрабатывает проектную документацию фундаментального или прикладного социологического исследования (в том числе для участия в открытых конкурсах государственных закупок и заключения государственных контрактов, подачи заявки на грант, участия в коммерческом тендере)	<i>Знать:</i> – теоретические и практические аспекты проведения социологических исследований в рекламе и маркетинге, методологию.
		<i>Уметь:</i> – выделять специфику целевой аудитории рекламы, – использовать социологические методы исследования для изучения рекламы.
		<i>Владеть:</i> – технологиями разработки инструментария исследований.

3. УКАЗАНИЕ МЕСТА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина (модуль) «Социологическое сопровождение рекламной деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы по направлению подготовки 39.03.01 Социология, направленность (профиль) Цифровая и экспертно-аналитическая социология.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы или 108 часов (из расчета 1 ЗЕ = 36 часов).

Курс	Семестр	Трудоемкость в ЗЕ	Общая трудоемкость (час.)	Контактная работа			Всего контактных часов	Из них:		Кол-во часов на СРС		Кол-во часов на контроль	Форма контроля
				ЛК	ПР	ЛБ		В интерактивной форме*	В форме практической подготовки*	Общее количество часов на СРС	из них – на курсовую работу		
3	6	3	108	16	28	-	44	8	-	64	-	-	Зачет
Итого	3	108	108	16	28	-	44	8	-	64	-	-	Зачет

В интерактивных формах часы используются в виде **групповых дискуссий**.

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Наименование раздела, темы	Контактная работа			Всего контактных часов	Из них:		Кол-во часов на СРС	Кол-во часов на контроль
		ЛК	ПР	ЛБ		В интерактивной форме*	В форме практической подготовки*		
1.	Направления исследовательской деятельности в социологии, маркетинге и рекламе	4	6		10	2		20	
2.	Методика и техника разработки исследовательского проекта	6	10		16	2		22	
3.	Методы социологических исследований в маркетинге и рекламе	6	12		18	4		22	
	Зачет								
	Итого:	16	28	-	44	8	-	64	-

Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Направления исследовательской деятельности в социологии, маркетинге и рекламе.

Современное состояние рекламной и маркетинговой деятельности. Объект и направления исследований в социологии, маркетинге и рекламе. Специфические отличия социологических,

маркетинговых и рекламных исследований. Реклама и ценностные ориентации общества. Социологическое обеспечение рекламной кампании.

Тема 2. Методика и техника разработки исследовательского проекта.

Социологические исследования аудитории. Социологические исследования средств массовой коммуникации. Программа социологического исследования. Основные разделы. Виды исследований. Подготовка проекта маркетингового исследования.

Тема 3. Методы социологических исследований в маркетинге и рекламе.

Количественные и качественные методы исследований. Опросные методы сбора информации. Качественные методы: фокус-группы, глубинные интервью.

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основная литература:

1. Кузьмина О. Г. Социологическое обеспечение рекламы и маркетинга : [учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. рекламы и маркетинга] / О. Г. Кузьмина. - М. : Дашков и К : Наука-Спектр, 2012. - 186, [1] с. - Библиогр.: с. 170-172. - Для студентов. - ISBN 978-5-394-01779-7 : 162-50.

2. Маликова, Н. Н. Дизайн и методы социологического исследования : учебное пособие / Н. Н. Маликова, О. В. Рыбакова ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. – 234 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275794> (дата обращения: 19.03.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7996-1333-4. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

3. Перминова, М. С. Социология общественных связей и отношений : практикум / М. С. Перминова ; Оренбургский государственный университет. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2015. – 103 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439234> (дата обращения: 19.03.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7410-1286-4. – Текст : электронный.

4. Федотова, Л. Н. Социология рекламной деятельности : учебник / Л. Н. Федотова. – 5-е изд., перераб. – Москва : Московский Государственный Университет, 2014. – 457 с. – Режим доступа: электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн», по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=595573> (дата обращения: 19.03.2022).

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

В образовательном процессе используются:

– учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, ПК, оборудование для демонстрации презентаций, наглядные пособия;

– помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МАГУ.

7.1 ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ:

7.1.1. Лицензионное программное обеспечение отечественного производства: Kaspersky Anti-Virus.

7.1.2. Лицензионное программное обеспечение зарубежного производства: Corel Draw, MS Office, Windows 7 Professional, Windows 10.

7.1.3. Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства: 7Zip.

7.1.4. Свободно распространяемое программное обеспечение зарубежного производства: Adobe Reader, FlashPlayer, Google Chrome, Mozilla FireFox.

7.2 ЭЛЕКТРОННО-БИБЛИОТЕЧНЫЕ СИСТЕМЫ:

– ЭБС «Издательство Лань» [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система / ООО «Издательство Лань». – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>;

– ЭБС «Электронная библиотечная система ЮРАЙТ» [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система / ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>;

– ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]: электронно-периодическое издание; программный комплекс для организации онлайн-доступа к лицензионным материалам / ООО «НексМедиа». – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/>.

7.3 СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ:

– Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX

– Электронная база данных Scopus

– Базы данных компании CLARIVATE ANALYTICS

7.4. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ:

– Справочно-правовая информационная система Консультант Плюс <http://www.consultant.ru/>

– ООО «Современные медиа технологии в образовании и культуре» <http://www.informio.ru/>

8. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И МАТЕРИАЛЫ НА УСМОТРЕНИЕ ВЕДУЩЕЙ КАФЕДРЫ.

Не предусмотрено.

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ.

Для обеспечения образования инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья реализация дисциплины может осуществляться в адаптированном виде, с учетом специфики освоения и дидактических требований, исходя из индивидуальных возможностей и по личному заявлению обучающегося.