

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.13 Социология рекламы и электронной коммерции

по направлению подготовки: 39.03.01 Социология

по профилю «Экономическая социология и маркетинг»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: ГМУС

Кафедра-разработчик рабочей программы: ГМУС

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Социология рекламы и электронной коммерции» являются:

- а) овладение базовыми понятиями рекламы и рекламного процесса, основными подходами к анализу рекламы, в том числе и к анализу рекламы как социального института;
- б) изучение роли рекламы в функционировании комплекса маркетинговых коммуникаций; - изучение социально-психологических особенностей рекламной коммуникации;
- в) овладение общими навыками составления рекламного объявления и его анализа с точки зрения эффективности воздействия на потребителя.

2. Содержание дисциплины «Социология рекламы и электронной коммерции»:

Реклама как социальный институт и форма коммуникации

История рекламы

Фатическая (контактоустанавливающая) функция рекламы.

Контекстуальная функция рекламы.

Адресант и адресат рекламной коммуникации

Коммуникативная функция рекламы.

Рекламные коды и мета-уровень рекламы.

Эстетическая функция рекламы.

3. В результате освоения дисциплины «Социология рекламы и электронной коммерции» обучающийся должен:

1) Знать:

- а) современные подходы к рекламе, иметь представление о теоретических основах рекламной деятельности и рекламного процесса;
- б) социально-психологические особенности рекламной коммуникации;
- в) содержание развития маркетинга и функционирования комплекса маркетинговых коммуникаций с тем, чтобы ориентироваться в современных практиках рекламной деятельности.

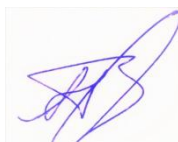
2) Уметь:

- а) анализировать рекламные компании, проектировать элементы рекламных компаний,
- б) анализировать применение рекламных средств с точки зрения их эффективности;
- в) применять на практике качественные и количественные исследования в интересах создания эффективной рекламы.

3) Владеть:

- а) навыками создания рекламных объявлений;
- б) навыками социального контроля за рекламной деятельностью

Зав. кафедрой ГМУС



А.Р. Тузиков