

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Институт мировой экономики и бизнеса

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины СОЦИОЛОГИЯ

Рекомендуется для направления подготовки/специальности

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(указываются код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность программы (профиль)

Реклама/Связи с общественностью
(наименование образовательной программы в соответствии с направленностью (профилем))

1. Цели и задачи дисциплины: дать студентом общие знания теоретических основ и закономерностей функционирования социологической науки, ее специфики, принципов соотношения методологии и методов социологического познания.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина *Социология* относится к *вариативной* части блока *блок 1* учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Общекультурные компетенции			
	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде		Основы теории коммуникации
Общепрофессиональные компетенции			
	-		
Профессиональные компетенции (вид профессиональной деятельности _____)			
	ПК-4 Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты		Основы маркетинга
Профессионально-специализированные компетенции специализации _____			

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
 УК-3, ПК-4 _____ (указываются в соответствии с ОС ВО РУДН)

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

природу социальных связей, отношений и взаимодействий;
 понимать проблематику и специфику развития современного общества.

Уметь: использовать социологические методики анализа и критерии оценок.

Владеть: _ основными социологическими понятиями.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет _____ зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
Аудиторные занятия (всего)	72	1			
В том числе:	-	-	-	-	-
<i>Лекции</i>	18				

Практические занятия (ПЗ)					
Семинары (С)	18				
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	27				
Контроль	9				
Общая трудоемкость	час	72			
	зач. ед.	2			

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
1.	Социология как наука	Дефиниции понятия «общество». Суть различия понятий «общество» и «общность». Типологии общества.
2.	Научные методы социологии	Структура социологического знания. Этапы развития социологии. Позитивизм. Диалектико-материалистический подход в социологии. Структурно-функциональный анализ. Социометрия. Интеракционизм. Феноменология.
3.	Методы социологического исследования	Маркетинговые исследования – предмет и цели. Этапы процесса маркетингового и социологического исследования. Инструментарий маркетинговых и социологических исследований. Методы социологического исследования. Этапы процесса исследования. Виды выборки.
4.	Личность и общество	Парадигмы «социального поведения» (Р. Бегесс, Д. Хоманс, П. Блау). Социологические концепции личности. Ценностные ориентации как элемент структуры личности Понятие социальной стратификации, ее виды
5.	Ценности и ценностные ориентации в структуре социологического знания	Роль типологизации социального поведения в прогнозировании и моделировании человеческих поступков в определенных конкретных обстоятельствах. Соотношение понятий «ценностные ориентации» и «установки». Система оценки, ее значение в управлении.
6.	Социализация. Девиация.	Модели социализации в менеджменте: место и значение Средний класс – как социальная страта Социальная мобильность в период экономического кризиса. Девиантные субкультуры: <i>Криминальные, Ретристские, Конфликтные, Делинквентная.</i> Молодежные субкультуры
7.	Стратификация и мобильность	М. Вебер о трех аналитически разделяемых аспектах стратификации: социальном, экономическом, юридическом. Социальная мобильность: горизонтальная и вертикальная Маргинальная личность.
8.	Структура общества:	Конформизм и деиндивидуализация.

	группы и организации	Многомерность в определении понятия «организация». Цели организации. Иерархия в организации. Управление в организациях. Патологии организации.
9.	Структура общества: социальные институты	Институт экономики. Институту религии. Институт семьи. Институт образования. Капитализм и социализм: современный анализ преимуществ обеих систем. Место и значение профессиональных союзов.
10.	Культура и общество	Дефиниции понятия «культура». Взаимоотношение общества и культуры. Классификация культуры и ее разнообразие. Молодежная субкультура.
11.	Социальные изменения	Теория новых социальных движений. Социальные процессы. Социальное развитие. Социальный прогресс и регресс. Травма социальных изменений. Три уровня культурной травмы.
12.	Глобализация и глокализация	Дефиниции понятий «Глобализация», «Глокализация». Отличия индустриального и постиндустриального обществ. Стадии развития глобализации. Формы проявления глобализации и глокализации.

(Содержание указывается в дидактических единицах. По усмотрению разработчиков материал может излагаться не в форме таблицы)

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семин	СРС	Всего час.
1.	Социология как наука	2				2	4
2.	Научные методы социологии	2			2	2	6
3.	Методы социологического исследования	2			2	3	7
4.	Личность и общество	2			2	2	6
5.	Ценности и ценностные ориентации в структуре социологического знания	2			2	2	6
6.	Социализация. Девиация.				2	2	4
7.	Стратификация и мобильность				2	2	4
8.	Структура общества: группы и организации	2				2	4
9.	Структура общества: социальные институты				2	2	4
10.	Культура и общество	2			2	3	7

11.	Социальные изменения	2			2	3	7
12.	Глобализация и глокализация	2				2	4

6. Лабораторный практикум (при наличии)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ				Трудо-емкость (час.)
1.						
2.						
...						

7. Практические занятия (семинары) (при наличии)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (час.)
1.			
2.			
...			

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

(описывается материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)).

Компьютер, проектор

9. Информационное обеспечение дисциплины

(указывается перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости))

а) программное обеспечение Word, Power Point, Exel

б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы <http://lib.rudn.ru/8>, Yandex.ru, Yahoo.com

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

(указывается наличие печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов)

а) основная литература

1. Гидденс Э. Социология. Учебник. М., 2004 (URL: www.iu.ru/biblio/archive/giddens%5Fsociologija/).
2. Бауман З. Мыслить социологически: Учеб. пособие / Пер. с англ. М., 1996 (URL: www.auditorium.ru/books/798/).
3. Кравченко С.А. Социология: Парадигмы через призму социологического воображения: Учеб. пособие для вузов. М., 2002 (URL: www.auditorium.ru/books/966/).
4. Масионис Дж. Социология. – СПб.: Питер, 2004.
5. Штомпка П. Социология. Анализ современного общества. – М.: Логос, 2005.

б) дополнительная литература

1. Немировский В.Г., Невирко Д.Д., Гришаев С.В. Социология: Классические и постнеклассические подходы к анализу социальной реальности: Учеб. пособие. М., 2003.
2. Ритцер Дж. Современные социологические теории. СПб., 2002.
3. Российская социологическая энциклопедия / Под общ. ред. Г.В. Осипова. М., 1998.

4. Уэбстер, Фрэнк. Теории информационного общества. М., 2004.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

(включает в себя методические указания по организации и выполнению СРС при изучении дисциплины, определяет требования и условия выполнения заданий).

Например: методические указания по выполнению практических работ; рекомендации по выполнению заданий по пройденным темам (разделам); рекомендации по оформлению расчетных, графических работ; рекомендации по выполнению и оформлению рефератов, эссе; методические пособия, указания и рекомендации по выполнению контрольных работ, курсовых проектов (работ); рекомендации по подготовке к аттестационным испытаниям и т.п.

Методические указания по оформлению презентаций
Методические указания по оформлению докладов

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Социология» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

<https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=7054>

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчики:

Профессор

должность, название кафедры

_____ подпись

С.А. Шаронова

инициалы, фамилия

Руководитель программы

Заведующая кафедрой

Рекламы и бизнес-коммуникаций _____

Н.В. Трубникова

Заведующая кафедрой

Рекламы и бизнес-коммуникаций _____

Н.В. Трубникова