

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Социальные институты и процессы»**

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины:

составить представление у студентов о социальных институтах и процессах, включая их основные виды; охарактеризовать ведущие социальные институты (политические, экономические и др.), а именно их историю возникновения, структуры, функции и пр., а также социальные институты, относящиеся к «духовной» сфере (образования, культуры, религии и пр.)

Задачи освоения дисциплины:

- ознакомить с понятием «социального института» и различными подходами к его определению, а также дефинициями ведущих авторов (перед этим вводно ознакомив с понятием «общество», категорией «социального» и обозначив типы обществ);
- кратко изучить основные подходы и парадигмы в социологии, помогающие раскрыть и проанализировать суть социальных институтов, изменений и процессов (включая представления классиков социологической мысли и современные теории);
- обозначить специфику функционирования современных социальных институтов, имея в виду следующие ключевые моменты: признаки социальных институтов, их структура и элементы, из которых они состоят; выделить, охарактеризовать ведущие (основные) и прочие социальные институты, дать обзор их функций;
- составить представление об основных социальных институтах: семьи и брака, экономических, политических, включая рассмотрение государства как фундаментального социального института, а также политических партий;
- изучить – кратко охарактеризовать и составить общее представление о следующих социальных институтах: СМИ, культуры, религии, науки, образования и др.;
- сформировать представление о понятии социальных процессов и изменений, дать обзор их основных форм, видов, отдельно рассмотрев такое всеобъемлющее явление как процессы глобализации в современном мире.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Очная форма

Дисциплина «Социальные институты и процессы» относится к базовому циклу дисциплин, изучается в 1-ом семестре первого курса бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: к началу ее изучения в качестве входных студенты должны обладать знаниями об основных понятиях из школьного курса «Обществознания», так как данная дисциплина во многом базируется на них (и углубляет, расширяет соответственно социальные категории, понятия и темы, относящиеся к социальным институтам и процессам). Данному курсу предшествуют дисциплины: «История Основы теории коммуникации Введение в теорию и практику рекламы

Введение в теорию и практику связей с общественностью Культурология Демография и социальная статистика

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Последующие дисциплины (для которых отчасти необходимы компетенции, сформированные на основе данного курса): «Социология массовой коммуникации» (в частности одна из тем этого предмета, посвящена СМИ как социальным институтам, а обзорно она читается изучаться еще в рамках дисциплины Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях, Культурология PR в сфере культуры, Теория и практика массовой информации, Технологии имиджмейкинга, Психология массовых коммуникаций Планирование рекламных кампаний, Планирование PR-кампаний, Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью, Антропология визуальной коммуникации, Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью, Поведение потребителей, Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях

Заочная форма

Дисциплина «Социальные институты и процессы» относится к базовому циклу дисциплин, изучается в 3-ом семестре по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: к началу ее изучения в качестве входных студенты должны обладать знаниями об основных понятиях из школьного курса «Обществознания», так как данная дисциплина во многом базируется на них (и углубляет, расширяет соответственно социальные категории, понятия и темы, относящиеся к социальным институтам и процессам). Данному курсу предшествуют дисциплины: «История (История России, Всемирная история) Основы теории коммуникации Введение в теорию и практику рекламы Введение в теорию и практику связей с общественностью Философия Культурология Демография и социальная статистика

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Последующие дисциплины (для которых отчасти необходимы компетенции, сформированные на основе данного курса): Социология массовой коммуникации (в частности одна из тем этого предмета, посвящена СМИ как социальным институтам, а обзорно она читается изучаться еще в рамках дисциплины Социальные институты и процессы, кроме того, в ходе ее изучения формируется понимание сути, знание признаков и функций социальных институтов); а также дисциплины Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях, Культурология PR в сфере культуры, Теория и практика массовой информации, Технологии имиджмейкинга, Психология массовых коммуникаций Планирование рекламных кампаний, Планирование PR-кампаний, Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью, Антропология визуальной коммуникации, Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью, Поведение потребителей, Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие	Знать: понятие «социальный институт» и «социальные процессы», «социальные изменения», их формы и виды,

<p>общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>функции и назначение основных и пр. социальных институтов, их специфику, структуру, происхождение.</p> <p>Уметь: применять вышеназванные термины и категории для описания и характеристики социальных институтов и процессов</p> <p>Владеть: представлениями об институционализации и функционировании социальных институтов (основных и прочих), их функциях, структуре и роли в обществе.</p>
<p>ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>Знать: основные подходы и парадигмы социологии, ведущие социальные категории и термины (среди них, социальный статус и роль, социальные функции и дисфункции, социальная структура, социальная система, аномия, девиация и пр.), а также понятие «социальный институт» и «социальные процессы», «социальные изменения», их формы и виды, функции и назначение основных и пр. социальных институтов, их специфику, структуру, происхождение.</p> <p>Уметь: применять вышеназванные термины и категории для описания и характеристики социальных институтов и процессов</p> <p>Владеть: представлениями об институционализации и функционировании социальных институтов (основных и прочих), их функциях, структуре и роли в обществе.</p>

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины включает в себя следующие образовательные технологии:

- подготовка, публичные презентации и обсуждение докладов;
- проведение дискуссий в семинарских группах по итогам прослушивания докладов.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: оценка работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами).

Промежуточная аттестация проводится в форме: подготовки аналитических докладов и публичной презентации в группе на семинарском занятии, проведения контрольных работ.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного зачета.