# Описание дисциплины: «СОЦИОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»

|  |  |
| --- | --- |
| Название дисциплины по выбору студента | «СОЦИОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ» |
| Специальность (специализация), для которой предлагается дисциплина по выбору | «Социология» |
| Ступень высшего образования | 1 |
| Курс обучения для ДФО / курс обучения для ЗФО | 3,4/- |
| Семестр обучения для ДФО / Семестр обучения для ЗФО | 6,7/- |
| Объем дисциплины /количество кредитов | (84/56/2) / (152/76/4) |
| Фамилия, И.О. лектора, учёное звание, учёная степень | Таранова Е.В., к. социол. н., доцент |
| Содержание дисциплины по выбору студента | Социология рекламы как наука. Реклама, пиар, брэндинг, паблисити. История развития рекламной деятельности в Великобритании, США, СССР, Беларуси и России. Самые успешные и провальные рекламные кампании: причины и уроки. Концепции современной рекламы. Реклама как компонент маркетинговой коммуникации. Социологическое обеспечение рекламных кампаний в различных маркетинговых моделях (B2B, B2C, B2G и др.). Применение зондирующих (разведочных, поисковых), дескриптивных (описательных), аналитических (каузальных, причинных) исследований в рекламной деятельности. Кабинетные и полевые исследования в рекламе. Претесты и посттесты рекламы. Специальные, синдикативные, омнибусные исследования в рекламе. Панельные исследования, наблюдение, фокус-группы, глубинное интервью, проекционные методы: достоинства и недостатки применения в рекламной деятельности. Социологические методы оценки эффективности рекламы.  |
| Рекомендуемая литература | Власова, М.Л. Социологические методы в маркетинговых исследованиях: учеб. пособие для вузов / В.Л. Власова. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. – 710с. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: учебник / Е.П. Голубков. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Финпресс, 2008. – 496 с. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2010. – 1199 с. Малхорта, Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство / Н.К. Малхорта. – М.: Вильямс, 2007. – 1186 с.  |
| Язык обучения | Русский |
| Кафедра, за которой закреплена дисциплина по выбору студента | Экономической социологии |