

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 13.05.2026 14:56:38

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Институт мировой экономики и бизнеса

(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СОЦИОЛОГИЯ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Социология» входит в программу бакалавриата «Цифровые маркетинговые коммуникации» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 2 разделов и 13 тем и направлена на изучение теоретических и методических вопросов исследования общества.

Целью освоения дисциплины является понимание процессов, происходящих в обществе, навыки применения методического инструментария в исследованиях профессиональной направленности.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Социология» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Определяет свою роль в роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3.2 Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели; УК-3.3 Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата; УК-3.4 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; УК-3.5 Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели; УК-3.6 Участвует в командной работе по выполнению поручений;
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.; ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Социология» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Социология».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде		Преддипломная практика; Современные форматы Sales Promotion**; Контент цифровых медиа**; Юридическое сопровождение в рекламе и PR**; Социальный маркетинг**; Внутренние коммуникации**; Практикум ведения переговоров**; Визуальная идентификация брендов**; Основы менеджмента; Основы теории коммуникации; Управление человеческими ресурсами; Интеллектуальное право**; Нейминг**; Введение в лингвомаркетинг**; Основы контент-маркетинга**; HR-коммуникации в PR**;
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании		Производственная (проектная) практика; Производственная (ознакомительная) практика; Преддипломная практика; Учебная практика; Методы воздействия в массовых коммуникациях**; История кинематографа**; Развитие креативного мышления**; Имидж территорий**; Бизнес-этикет**; Практика медиакоммуникаций**; Разработка коммуникационного проекта**; Технологии создания

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<p>рекламного образа**; Медиапланирование; Введение в коучинг**; Основы работы с общественным мнением**; Введение в психологию коммуникаций**; Тренды медиадизайна**; Проектное сопровождение фестивальной рекламы**; Введение в политические коммуникации**; PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы**; Сторителлинг**; Дизайн-мышление**; Менеджмент цифровых коммуникаций; Основы менеджмента; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Управление человеческими ресурсами; Управление лояльностью; Основы продвижения на маркетплейсах; Практика мультимедийного контента**; Продакт плейсмент**; Знаковые системы в дизайне**; Индустрия маркетинговых услуг**; Практика социальной рекламы**; Практика цифровых коммуникаций**; Основы создания медиатекстов**;</p>

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Социология» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			1
<i>Контактная работа, ак.ч</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	83		83
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	27		27
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы*

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	ВВЕДЕНИЕ В СОЦИОЛОГИЮ	1.1	Социология наука	Наука о закономерностях функционирования и развития общества, социальных структур и взаимодействий, норм и институтов. Она использует теоретические модели и эмпирические методы (качественные и количественные) для описания, объяснения и прогноза социальных процессов и проблем.	ЛК, СЗ
		1.2	Научные методы социологии	Научные методы социологии — это совокупность количественных и качественных подходов к получению и проверке знаний о социальных явлениях. Ключевые: опросы, интервью, фокус-группы, наблюдение, эксперимент, анализ документов/контента, кейс-стади, сетевой и big data-анализ; опираются на операционализацию, выборку, валидность/надежность и этические стандарты.	ЛК, СЗ
		1.3	Методы социологического исследования	Методы социологического исследования — инструменты получения и анализа эмпирических данных о социальных явлениях. Ключевые: опросы, интервью, фокус-группы, наблюдение, эксперимент, анализ документов/контента, кейс-стади, сетевой и big data-анализ; опираются на операционализацию, выборку, валидность/надежность и этику.	ЛК, СЗ
		1.4	Личность и общество	Тема раскрывает взаимосвязь личности и общества через социализацию, статусы и роли, идентичность и девиацию, показывая, как социальные институты формируют поведение. Акцент на диалектике структуры и агентности: как нормы и культуры ограничивают и направляют действия, а индивидуальные выборы воспроизводят или изменяют социальный порядок.	ЛК, СЗ
		1.5	Ценности, оценки и ценностные ориентации в структуре социологического знания	Тема рассматривает ценности как социально одобряемые цели и стандарты, оценки как суждения на их основе, а ценностные ориентации — как устойчивые направления предпочтений, структурирующие поведение и идентичность. Анализ включает операционализацию и измерение (шкалы Лайкерта, семантический дифференциал, инвентари ценностей), сопоставление культур и поколений, а также связь ценностей с нормами, установками и социальными изменениями.	ЛК, СЗ
		1.6	Социализация. Девиация	Социализация — процесс усвоения норм, ролей и ценностей через институты (семья, школа, сверстники, медиа) на этапах первичной и вторичной интеграции. Девиация — отклонение от норм, объясняемое теориями аномии, дифференциальных связей, стигматизации, и регулируемое социальным контролем и санкциями.	ЛК, СЗ
		1.7	Стратификация и мобильность	Стратификация — устойчивое неравенство доступа к ресурсам, власти и престижу, структурированное по классам/статусам/ролям и измеряемое через страты, индексы и классовые модели. Мобильность — перемещение индивидов и групп между стратами (вертикальная/горизонтальная, меж-/внутрипоколенная), зависящее от образования, рынка труда, институтов и барьеров.	ЛК, СЗ
Раздел 2	СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА ОБЩЕСТВА	2.1	Структура общества: группы и организации	Структура общества включает статусы, роли и институты, проявляющиеся через социальные группы (первичные/вторичные, формальные/неформальные, референтные), которые обеспечивают социализацию, идентичность и социальный контроль. Организации как формализованные группы с целями, иерархией и правилами (в т.ч. бюрократии) координируют ресурсы и власть, поддерживая порядок и коллективное действие.	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
		2.2	Структура общества: институты	Социальные институты — устойчивые комплексы норм, ролей и ресурсов, организующие ключевые сферы жизни общества (семья, экономика, образование, право, медиа и др.) для удовлетворения базовых потребностей и снижения неопределенности. Они выполняют функции социализации, регуляции и координации, распределяют доступ к благам и ролям, обеспечивают воспроизводство культуры и поддержание социального порядка.	ЛК, СЗ
		2.3	Культура и общество	Культура — совокупность ценностей, норм, символов и практик, формирующих образцы поведения и смысловые рамки взаимодействия. Общество воспроизводит и трансформирует культуру через институты и социальные группы, обеспечивая социальную интеграцию, идентичность и изменение.	ЛК, СЗ
		2.4	Социальные изменения	Социальные изменения — это долговременные сдвиги в структурах, нормах, институтах и культурных паттернах общества. Их источники включают технологические инновации, экономические трансформации, демографические и экологические факторы, конфликты интересов и культурную диффузию; протекают через дифференциацию, институционализацию и модернизацию, порождая как прогресс, так и социальные риски.	ЛК, СЗ
		2.5	Глобализация и глокализация	Глобализация — усиление мировых потоков людей, капитала, идей и технологий, сжимающее «пространство-время» и перестраивающее экономику, культуру, институты и идентичности. Глокализация — локальная адаптация и гибридизация глобальных практик, при которой сообщества избирательно переосмысливают мировые нормы и бренды, создавая устойчивые местные формы.	ЛК, СЗ
		2.6	Информационное общество	Информационное общество — стадия, где производство, обработка и распространение знаний/данных через ИКТ и сети становятся главными ресурсами и драйверами экономики, власти и культуры. Характерны платформизация, ускорение коммуникаций и инноваций, а также цифровое неравенство, алгоритмическое управление, трансформация труда и приватности.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по ОЧНОЙ форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Игебаева, Ф. А. Социология : учебное пособие / Ф. А. Игебаева. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 236 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019026-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2083301>

Дополнительная литература:

1. Ильясов Ф. Н. Алгоритмы формирования выборки социологического опроса // Социальные исследования, 2017, 2: 60-75
2. Максименко А. А. Социологическая интерпретация понятия «ценность» // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова, 2011, 2: 284-291
3. Гуляихин В.Н., Сухинин А.В. Проблема девиации в контексте социологических теорий // Вестник Волгогр. гос. ун-та. Сер. 7, Филос. 2012. 2 (17): 52-59
4. Макаренко В.В. , Федосеев А.В. Стратификация в обществе // European science 2018, 9 (41): 73-77
5. Рыбьякова А.В. Социологическая трактовка идеи социальной мобильности // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2020. 2: 59-71
6. Савченко Д.В. Социальные группы в структуре общества: теоретические концепции и управленческие модели // Общество и право 2014, № 3 (49): 292-296
7. Лавренчук М.А. К вопросу об определении социальной организации // Научный вестник МГТУ МГА, 2006, 101: 174-176
8. Усанова Д. О. Виртуальная культура: концептуальные подходы к осмыслению // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2013, 4 (36): 70-75
9. Гофман А.Б. Социальное – социокультурное – культурное: историко-социологические заметки о соотношении понятий «общество» и «культура» // Традиция, солидарность и социологическая теория. Избранные тексты / Гофман А.Б. — Москва: Новый Хронограф, 2015. С. 128-136
10. Кравченко, С. А. Социология. В 2 т. Т. 1. Классические теории через призму социологического воображения: учебник для академического бакалавриата / С. А. Кравченко. М.: Издательство Юрайт, 2014. 584 с

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>
- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>
- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Наукометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Социология».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИКИ

Профессор

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО

Заведующий кафедрой

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП

Заведующий кафедрой

Должность

Шаронова С.А.

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О