**Учебный план**

**по дополнительной общеобразовательной (общеразвивающей) программе**

**«Социология рекламы»**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование темы** | **Всего часов по программе** | **Лекции** | **Практические** |
| 1. | Понятие, объект и предмет социологии рекламы | 4 | 2 | 2 |
| 2. | Взаимосвязь социологии рекламы с другими социологическими направлениями. | 4 | 2 | 2 |
| 3. | Социальная природа манипуляции. Манипулятивная специфика рекламы в СМИ | 4 | 2 | 2 |
| 4. | Реклама и ценностные ориентации общества | 4 | 2 | 2 |
| 5. | Образ и стереотип в рекламе. Стереотипизация в рекламе. | 4 | 2 | 2 |
| 6. | Роль рекламы в инновационных процессах общества и их механизмах | 4 | 2 | 2 |
| 7. | Реклама в обществе потребления | 4 | 2 | 2 |
| 8. | Качественные социологические исследования рекламы | 4 | 2 | 2 |
| 9. | Количественные социологические исследования рекламы | 4 | 2 | 2 |
| 10. | Социологическое обеспечение рекламной кампании | 4 | 2 | 2 |
| **Всего часов по программе** | | **40** | **20** | **20** |