

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Исаков Ирлан Жангазыевич

Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: Ректор

«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»

Дата подписания: 03.02.2023 00:38:00

Уникальный программный ключ:

a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Гендерные аспекты рекламной и PR-деятельности

*(наименование дисциплины)*

**Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью**

**Квалификация выпускника Бакалавр**

**Направленность (профиль) Маркетинговые коммуникации и маркетинг**

2022 г.

## 1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

**ПК-1** - Способен подготовить и провести маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
<b>ИД-6 (ПК-1).</b> Осуществляет функции рекламного и PR-сопровождения коммуникационных кампаний, а также планирует и организует интегрированные кампании с учетом особенностей целевой аудитории	<i>знает</i>
	<b>РО-1 ИД-6 (ПК-1)</b> определение и сущность понятий «гендер» и «пол», основные направления гендерной теории
	<i>умеет</i>
	<b>РО-2 ИД-6 (ПК-1)</b> выявлять и использовать гендерные роли и стереотипы в разработке концепций, организации и проведении рекламных и PR-мероприятий;
	<i>владеет</i>
	<b>РО-3 ИД-6 (ПК-1)</b> навыками реализации специальных мероприятий с учетом гендерной специфики целевой аудитории;

## 2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет   4   зачетные единицы.

## 3. Содержание дисциплины

### **Введение в курс «Гендерные аспекты в рекламной и PR-деятельности»**

Цель, задачи курса. Необходимость курса для студентов направления «Реклама и связи с общественностью». Перспективы данного направления.

### **Гендер как социокультурная конструкция**

Понятия «пол» и «гендер»: определение дифференцирующих признаков. Социальные детерминанты гендера. Гендерные роли, социокультурные стереотипы их дифференциации. Механизмы формирования гендерной идентичности. Гендерная идентичность и гендерные идеалы. Гендер в контексте культурно-символических ценностей. Гендер как стратификационный конструкт в системе отношений социального доминирования и власти. Изменение гендерных стереотипов в современном обществе. Роль PR и рекламы в конструировании и трансформации гендера.

### **Гендер в рекламном дискурсе**

Первичный и вторичный рекламные дискурсы: различие функций. Реклама как способ конструирования социального пространства, социальных и символических ценностей. Презентативная, интегрирующая и регулирующая функции рекламы. Стереотипизация и персонализация рекламного продукта, гендерные стереотипы в рекламе. Сексуальность как рекламируемый товар. "Эротизация выбора и траты" (Ж.

Бодрийяр). Дискурсивная природа сексуальности: сексуальность в рекламе как одна из форм актуализации гендера (отношений доминирования и власти) и осуществления социального контроля.

### **Сексуальность в рекламе**

Особенности гендерных рекламных образов; доминанты статусных признаков в отражении маскулинности и сексуальной принадлежности в восприятии феминности. Социальные роли и дифференциация сфер деятельности рекламных женщин и рекламных мужчин, их возрастные, социальные и поведенческие черты. Формирование новых гендерных стереотипов в рекламе. Влияние рекламных гендерных стереотипов на реальное поведение и взаимоотношения полов.

### **Гендерные стратегии управления персоналом**

Гендерная стратегия: понятие, классификация, специфика. Типы гендерной культуры. Гендерная типология личности. Гендерные аспекты планирования отбора и расстановки кадров. Гендерные особенности мотивации и лидерства.

### **Гендерный маркетинг**

Особенности потребительского поведения мужчин и женщин. Половой маркетинг. Особенности сенсорного восприятия мужчин и женщин. Примеры маркетинговых стратегий, учитывающих гендерные особенности.

### **Гендерный конфликт**

Особенности поведения мужчин и женщин в конфликтных ситуациях. Стили поведения в конфликте. Речевое поведение мужчин и женщин. Конструктивные и деструктивные модели поведения.

### **Презентация проектов**

На итоговом занятии студенты представляют собственные проекты, разработанные с учетом гендерной специфики групп общественности.

## **4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины, включая самостоятельную работу обучающихся**

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

### **Вопросы и задания для самоконтроля**

#### **ТЕМА 1. Введение.**

1. Определите цель и задачи курса.
2. Каковы перспективы данного направления в России?

#### **ТЕМА 2. Гендер как социокультурная конструкция**

1. Определите понятие «гендер».
2. В чем различия между полом и гендером?
3. Специфика гендерных ролей в различных культурах.

#### **ТЕМА 3. Гендер в рекламном дискурсе**

1. Что такое «вторичный» рекламный дискурс?

2. В чем заключаются презентативная, интегрирующая и регулирующая функции рекламы?

3. Каковы гендерные стереотипы в современной рекламе?

#### **ТЕМА 4. Сексуальность в рекламе**

1. Каковы особенности гендерных рекламных образов?

2. Маскулинность в рекламе.

3. Шоковая реклама.

4. Этичность использования сексуальной тематики в рекламе.

#### **ТЕМА 5. Гендерные стратегии управления персоналом**

1. Существует ли особый женский стиль руководства?

2. Каковы особенности «женских» и «мужских» коллективов?

3. Эффективность труда в гендерной перспективе.

#### **ТЕМА 6. Гендерный маркетинг**

1. Существуют ли различия в потребительском поведении мужчин и женщин?

2. Особенности гендерно-ориентированных праздников.

3. Приведите примеры кампаний, использующих гендерно-ориентированные товары.

#### **ТЕМА 7. Гендерный конфликт**

1. Дайте определение гендерному конфликту.

2. Что является основанием для гендерного конфликта?

3. Стили поведения мужчин и женщин в конфликтной ситуации.

### **5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

#### **Основная:**

1. Зуйкова, Е.М. Феминология и гендерная политика : учебник / Е.М. Зуйкова, Р.И. Ерусланова. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 307 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573131> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01781-0. – Текст : электронный.

#### **Дополнительная:**

1. Кислицына, И.Г. Гендерология : учебное пособие / И.Г. Кислицына ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2016. – 88 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459485> – Библиогр.: с. 70. – ISBN 978-5-8158-1690-9. – Текст : электронный.

2. Удеревский, С.Э. Гендерный подход при определении целевой аудитории / С.Э. Удеревский. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 121 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139741> – ISBN 978-5-504-00850-9. – Текст : электронный.

### **6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS
3. <https://adindex.ru/>
4. <http://www.advi.ru/>
5. <http://www.gender.ru> - Московский центр гендерных исследований

## 7. Лицензионное программное обеспечение

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016
- Moodle 3.8.2.

## 8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);
- учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий, и наглядными пособиями);
- специальные помещения для проведения занятий по дисциплине (в т.ч. лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности), а именно: \_\_\_\_\_;
- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;
- кабинет для занятий по иностранному языку (оснащенный лингвфонным оборудованием);
- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации);
- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При

необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.