|  |
| --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ****УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **Организация PR акций и рекламных компаний в Fashion-индустрии** |
| Уровень образования  | бакалавриат |
| Направление подготовки | [39.03.01](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70480868/420301) | Социология |
| Направленность (профиль) | Социология моды и искусства |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года |
| Форма(-ы) обучения | очная |

* + - 1. Учебная дисциплина «Организация PR акций и рекламных компаний в Fashion-индустрии» изучается третьем семестре.
			2. Курсовая работа – не предусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации

* + - 1. Экзамен

## Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

* + - 1. Целью освоения дисциплины «Организация PR акций и рекламных компаний в Fashion-индустрии» является изучение технологии медиапланирования, а также формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов.
			2. Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора****достижения компетенции** |
| --- | --- |
| УК-3Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИД-УК-3.1Определение своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели |
| ИД-УК-3.2Учет особенностей поведения и интересов других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе |
| ИД-УК-3.3Анализ возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и построение продуктивного взаимодействия с учетом этого |
| ИД-УК-3.4Осуществление обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценка идей других членов команды для достижения поставленной цели |
| ПК-1Способен организовать сбор данных при опросе общественного мнения | ИД-ПК-1.2Детализация технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии |
| ИД-ПК-1.3Разработка полного комплекта отчётных материалов по каждому этапу сбора информации |
| ПК-2Способен подготовить проектное предложение для проведения социологического исследования | ИД-ПК-2.1Описание проблемной ситуации и подготовка проектных предложений для проведения социологического исследования |
| ИД-ПК-2.2Обоснование актуальности проекта для решения поставленной проблемы |
| ИД-ПК-2.3Согласование документации, регламентирующей взаимодействие заказчика и исполнителя социологического исследования |
| ПК-3Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий | ИД-ПК-3.2Формулирование целей и задач научных исследований в различных областях социологии |
| ПК-5Способен планировать и осуществлять проектные работы в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, в том числе в сфере моды и искусства | ИД-ПК-5.1Использование знания об основных методах социологических и маркетинговых исследований и особенностях их применения в области изучения общественного мнения |
| ИД-ПК-5.2Формулирование цели и задач социологического исследования проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб |
| ИД-ПК-5.4Участие в проектных формах работы и реализация самостоятельных исследовательских проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, в том числе в сфере моды и искусства |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения –  | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |