|  |
| --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ****УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **Социология современной рекламы и PR** |
| 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 «Социология современной рекламы и PR» изучается в четвертом и пятом семестрах.
			2. Курсовая работа – не предусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации

* + - 1. Зачет, 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 «Социология современной рекламы и PR» является ознакомление студентов с многообразным опытом изучения современной рекламы и PR и применения социологических методов в рекламных исследованиях.
			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-5Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | ИД-УК-5.1Анализ современного состояния общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах |
| 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 |
| ИД-ПК-3.3Использование в ходе анализа социологических данных современные исследовательские методы с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта |
| 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-5.3Применение методов маркетинговых исследований в профессиональной деятельности |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения –  | 6 | **з.е.** | 216 | **час.** |