|  |
| --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ****УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **Спонсоринг в индустрии моды** |
| 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 «Спонсоринг в индустрии моды» изучается в шестом семестре.
			2. Курсовая работа – не предусмотрена.

Форма промежуточной аттестации

* + - 1. Зачет

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 «Спонсоринг в индустрии моды» является формирование у студентов базовых понятий, теоретических и практических знаний и принципов современной системы спонсоринга в сфере модной индустрии, знакомство с основными правилами и законами использования технологий спонсоринга в деятельности fashion-организаций для реализации социальных проектов.
			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-3.2Учет особенностей поведения и интересов других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе |
| УК-5Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | ИД-УК-5.3Применение способов преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач |
| ПК-1Способен организовать сбор данных при опросе общественного мнения | ИД-ПК-1.3Представление проанализированных фактических данных из вторичных источников (результатов социологических опросов, статистических данных) |
| ПК-2Способен подготовить проектное предложение 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-5.3Применение методов маркетинговых исследований в профессиональной деятельности |
| 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.** |