|  |
| --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ*****УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ*** |
|  **«ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ В КОММЕРЧЕСКОЙ СФЕРЕ»** |
| Уровень образования  | бакалавриат |
| Направление подготовки | 42.03.01 | Реклама и связи с общественностью |
| Направленность (профиль)  | Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года |
| Форма(-ы) обучения | очная/ заочная |

Учебная дисциплина «Деловое общение в коммерческой сфере» изучается в первом семестре (очная и заочная формы обучения)

* + - 1. Курсовая работа/Курсовой проект –не предусмотрен (а)

## Форма промежуточной аттестации - зачет

## Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина «Деловое общение в коммерческой сфере» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений
			2. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине
			3. Целью/целями изучения дисциплины «Деловое общение в коммерческой сфере» являются:
		- изучение теоретических знаний и формирование практических навыков коммуникативных практик в деловой сфере и межличностных отношениях;
		- развитие у студентов понимания правил построения эффективных коммуникаций, освоение приемов и форм успешного взаимодействия с иностранными партнерами с учетом особенностей межкультурной деловой среды.
		- формирование у обучающихся компетенции(-й), установленной(-ых) образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине (модулю);
			1. 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 (модуля).

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора****достижения компетенции** |
| --- | --- |
| УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИД-УК-3.5 Установка и поддержание контактов, обеспечивающих успешную работу в коллективе с применением методов конфликтологии, технологий межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии; |
| ПК-2. "Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта" | ИД-ПК-2.1 Использование различных источников информации для выявления целевого сегмента и выбора маркетинговых коммуникационных инструментов |
| ИД-ПК-2.2 Применение основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта |
| ПК-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | ИД-ПК-4.3 Организация внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

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