|  |
| --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ****УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **Социология рекламы и PR в коммерческой сфере** |
| Уровень образования  | Бакалавриат |
| Направление подготовки | [42.03.01](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70480868/420301) | Реклама и связи с общественностью |
| Направленность (профиль) | Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере |
| Срок освоения образовательной программы по заочной форме обучения | 5 лет |
| Форма(-ы) обучения | Заочная |

* + - 1. Учебная дисциплина «Социология рекламы и PR в коммерческой сфере» изучается в четырнадцатом и пятнадцатом 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 «Социология рекламы и PR в коммерческой сфере» является формирование у студентов комплексного представления об основных проблемах социологии рекламы, ее понятийного аппарата, исторического развития социологической науки, основных школ и направлений, анализ научной места рекламы и PR в современной системе общественных формаций.
			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 реализовать свою роль в команде | ИД-УК-3.1Определение своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной целиИД-УК-3.2Учет особенностей поведения и интересов других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе |
| ПК-2Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта |  |
| ИД-ПК-2.1Использование различных источников информации для выявления целевого сегмента и выбора маркетинговых коммуникационных инструментовИД-ПК-2.2Применение основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта |
| ПК-5Способен осуществлять авторскую с учетом специфики СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ИД-ПК-5.3Создание сценариев событий и мероприятий для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью, транслирующих миссию и философию организации целевым группам общественности |

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

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