|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | |
| **Спонсоринг 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 очной форме обучения | 5 лет | |
| Форма(-ы) обучения | заочная | |

* + - 1. Учебная дисциплина «Спонсоринг в коммерческой сфере» изучается на 4 курсе.
      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 коммерческой сфере» является выработка у студентов профессионального взгляда на деятельность по созданию и управлению брендами, который поможет им в будущем разрабатывать конкурентноспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий фирмы.
      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** |
| --- | --- |
| ОПК-2  Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | ИД-ОПК-2.1  Анализ системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития |
| ИД-ОПК-2.2  Выявление тенденций развития общественных и государственных институтов и их освещение в текстах рекламы и (или) связей с общественностью |
| ИД-ОПК-2.3  Учет основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и (или) связей с общественностью |
| ОПК-7  Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | ИД-ОПК-7.1  Применение принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий в профессиональной деятельности |
| ИД-ОПК-7.2  Отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и (или) связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

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