|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | |
| **Корпоративная социальная ответственность** | | |
| 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 социокультурной сфере | |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года | |
| Форма(-ы) обучения | очная | |

* + - 1. Учебная дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» изучается в седьмом семестре.
      2. Курсовая работа – не предусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации

* + - 1. 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. Целями освоения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» являются:
    - выработка способности занимать активную гражданскую позицию,
    - способности находить организационно-управленческие решения и нести за них ответственность,
    - способности к осознанию социальной значимость своей будущей профессии и высокой мотивации к выполнению профессиональной деятельности,
    - выработка навыков управления корзиной ответственности организации, учета аспектов корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации
      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.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора**  **достижения компетенции** |
| --- | --- |
| ПК-3  Способен разрабатывать индивидуальные , заказные и коллективные рекламные проекты в социокультурной сфере и формировать стратегию их продвижения имеющимися рекламными инструментами | ИД-ПК-3.2  Подготовка презентационной документации по сопровождению проекта в системе социокультурных отношений |
| ИД-ПК-3.3  Разработка плана коммуникационных событий и определение сметы расходов на их реализацию. |
| ИД-УК-3.3  Анализ возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и построение продуктивного взаимодействия с учетом этого; |
| ПК-4  Способен учавствовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и социальных мероприятиях | ИД-ПК-4.2  Применение стандартных алгоритмов разработки кампаний и рекламных проектов в системе социокультурных отношений. |
| ИД-ПК-4.3  Организация внутреннего и внешнего интерактива для формирования корпоративных ценностей, традиций и культуры. |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

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