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

* + - 1. Учебная дисциплина «Маркетинговые технологии в социокультурной сфере» изучается в восьмом семестре.
			2. Курсовая работа – непредусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации

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. - овладение теоретическими и практическими навыками в области маркетинговых исследований и маркетинговых технологий в социокультурной сфере,
			2. - формирование у студентов теоретических знаний о месте и роли рекламы в продвижении потребителю продуктов
			3. - углубление знаний студентов в области маркетинга, формирование представлений об особенностях маркетинговых технологий в социокультурной сфере;
			4. - изучение основного инструментария маркетинга в социокультурной сфере,
			5. - формирование навыков его эффективного использования;
			6. - развитие маркетингового мышления, способности к анализу маркетинговых аспектов деятельности специалиста по рекламе и совершенствования с помощью средств маркетинга.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

## Универсальные компетенции и индикаторы их достижения

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора****достижения компетенции** | **Планируемые результаты обучения** **по дисциплине** |
| --- | --- | --- |
| УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИД-УК-3.4. Осуществление обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценка идей других членов команды для достижения поставленной цели; | Осуществляет социальное взаимодействие и реализовывает свою роль в командеОсуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели;Устанавливает и поддерживает контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе с применением методов конфликтологии, технологий межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии; |
| 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; |

## Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора****достижения компетенции** | **Планируемые результаты обучения** **по дисциплине** |
| --- | --- | --- |
| ПК-2. Способен применять основные технологии рекламных коммуникаций при продвижении социокультурного продукта | ИД-ПК-2.1 Использование открытых источников информации для формирования целевых групп и определения инструментов продвижения социокультурного продукта | Применяет основные технологии рекламных коммуникаций при продвижении социокультурного продуктаИспользует открытые источники информации для формирования целевых групп и определяет инструментов продвижения социокультурного продуктаПрименяет основные коммуникационные и рекламные инструменты при разработке и продвижении социокультурного продуктаУчавствует в реализации коммуникационных кампаний, проектов и социальных мероприятияхПрименяет стандартные алгоритмы разработки кампаний и рекламных проектов в системе социокультурных отношений.Организует внутренний и внешний интерактив для формирования корпоративных ценностей, традиций и культуры.  |
| ИД-ПК-2.2 Применение основных коммуникационных и рекламных инструментов при разработке и продвижении социокультурного продукта |
| 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 очной форме обучения –  | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |