|  |
| --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ****УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **Социально-культурная сфера в системе социального управления** |
| 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 «Социально-культурная сфера в системе социального управления» изучается в седьмом семестре.
			2. Курсовая работа – не предусмотрена.

## 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. Целью освоения дисциплины «Социально-культурная сфера в системе социального управленияТехнология деловых переговоров с заказчиками и подрядчиками» является - подготовка студентов к ведению деловых переговоров; повышение уровня их профессиональной и социально-личностной компетентности. 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-5Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | ИД-УК-5.1Применение способов преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач |
| ИД-УК-5.2Применение принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции |
| ПК-2Способен применять основные технологии рекламных коммуникаций при продвижении социокультурного продукта | ИД-ПК-2.1Использование открытых источников информации для формирования целевых групп и определения инструментов продвижения социокультурного продукта |
| ИД-ПК-2.2Применение основных коммуникационных и рекламных инструментов при разработке и продвижении социокультурного продукта |
|  | ИД-ПК-2.3Применение креативных методов и методик для разработки рекламных идей в социокультурной сфере |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения –  | 7 | **з.е.** | 108 | **час.** |