|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | |
| **Социология рекламы и PR 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 «Социология рекламы и PR в социокультурной сфере» изучается в восьмом 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 социокультурной 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-3  Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИД-УК-3.1  Определение своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели  ИД-УК-3.2  Учет особенностей поведения и интересов других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе |
| 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  ИД-ПК-2.2  Применение основных коммуникационных и рекламных инструментов при разработке и продвижении социокультурного продукта |
| ПК-5  Способен осуществлять индивидуальную деятельность и использовать современные инновационные методы и технологии в проектировании социокультурного продукта | ИД-ПК-5.1  Создание текстов рекламы, проектирование системы мероприятий, направленных на формирование у целевой аудитории мировоззренческой позиции, культурнообразовательных запросов  ИД-ПК-5.2  Осуществление профессиональной деятельности с учётом возможного различия базовых национальных ценностей и важнейших культурно-исторических ориентиров  ИД-ПК-5.3  Создание информационных поводов, планирование, моделирование, анализ работы со СМИ |

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

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