|  |
| --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ****УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **Технологии исследований 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 «Технологии исследований в социокультурной сфере» изучается в шестом семестре.
			2. Курсовая работа – не предусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации

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. - изучение концептуальных подходов, ориентирующих современного ученого-исследователя на поиск путей к многостороннему диалогу между целостным подходом к исследованию многообразных компонентов социальнокультурной деятельности;
			2. - определение новых тенденций в эмпирических уровнях осмысления основных культурологических проблем;
			3. - овладение навыками самостоятельного анализа и систематизации материала; освоения технологий исследовательской работы, навыков научного мышления и обобщения.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

## 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 продуктаПрименять креативные методы и методики для разработки рекламных идей в социокультурной сфереУчавствует в реализации коммуникационных кампаний, проектов и социальных мероприятияхОрганизует 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 |
| ИД-ПК-2.3 Применение креативных методов и методик для разработки рекламных идей в социокультурной сфере |
| ПК-4. Способен учавствовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и социальных мероприятиях | ИД-ПК-4.3 Организация внутреннего и внешнего интерактива для формирования корпоративных ценностей, традиций и культуры.  |
| ПК-5. Способен осуществлять индивидуальную деятельность и использовать современные инновационные методы и технологии в проектировании социокультурного продукта  | ИД-ПК-5.4 Создание эксклюзивных сценариев событий и мероприятий для кампаний, а также реализация проектов различной напраленности под каждую целевую аудиторию, с учетом специфики социокультурного общества.  | Осуществляет индивидуальную деятельность и использует современные инновационные методы и технологии в проектировании социокультурного продукта Создает эксклюзивные сценарии событий и мероприятий для кампаний, а также реализует проекты различной направленности под каждую целевую аудиторию, с учетом специфики социокультурного обществаРазрабатывает технологии самопрезентации, владеет спецэффектами, искусством воздействия, приёмами актуализации интереса к общению |
| ИД-ПК-5.5 Разработка технологии самопрезентации, владение спецэффектами, искусством воздействия, приёмами актуализации интереса к общению.  |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

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