

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.06.2024 16:01:33  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9a80a3

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Социология рекламы и PR в коммерческой сфере

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Срок освоения образовательной программы по заочной форме обучения	4 года 11 месяцев
Форма обучения	заочная

Учебная дисциплина «Социология рекламы и PR в коммерческой сфере» изучается в седьмом семестре.

Курсовая работа - не предусмотрена

1.1. Форма промежуточной аттестации  
зачет

1.2. Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Социология рекламы и PR в коммерческой сфере» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Социология рекламы и PR в коммерческой сфере» являются:

- формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности;
- изучения студентами реального функционирования института рекламы в современном социуме;
- изучение социологических методов применяемых в профессиональной рекламной и PR деятельности;
- изучение рекламы и PR с точки зрения социологической науки, рассмотрение рекламы как массового явления, её влияние и место в социуме;
- формирование у студентов научного подхода и правильного понимания проблем организации и функционирования рекламы в современном обществе;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3 Способен разрабатывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигать коммуникационный продукт в коммерческой сфере	ИД-ПК-3.1 Обосновывает коммуникационные цели, миссии и стратегии для разработки концепции продвижения продукта/услуги	Умеет самостоятельно разработать, обосновать, сформулировать и представить коммуникационные цели, миссии и стратегии в рамках продвижения какого-либо продукта, товара или услуги.
	ИД-ПК-3.3 Разрабатывает план коммуникационных мероприятий и определяет размер расходов на их реализацию	Составляет план мероприятий, в том числе медиа-план, с учетом целевой аудитории, особенностей социума и бюджета организации.
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИД-ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Самостоятельно анализирует различные коммуникационные продукты и медиатексты, на основе знаний способен выявить отличительные черты коммуникационных продуктов и различных сегментах.
	ИД-ОПК-1.2 Анализирует востребованные обществом знаковые системы, жанры и форматы для обоснования наиболее приемлемых отдельным целевым группам общественности	Проводит социологические исследования, выявляет и анализирует знаковые системы, востребованные тем или иным обществом. Подбирает наиболее оптимальные форматы представления информации для различных целевых групп.
	ИД-ОПК-1.3 Готовит рекламные и PR-тексты, и (или) иные коммуникационные продукты различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Составляет рекламные и PR тексты в различных жанрах и форматах для отечественной и зарубежной аудитории.

Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

<i>по заочной форме обучения</i> –	3	з.е.	96	час.
------------------------------------	---	------	----	------