

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Светлана Игоревна

Должность: Ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 03.02.2021 02:33:17

Уникальный программный ключ:

59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт менеджмента

Кафедра Социологии и психологии

АННОТАЦИЯ

Наименование дисциплины Б1.О.06.11 Социология рекламы и связей с общественностью

Основная профессиональная образовательная программа Направление 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ программа "Реклама и связи с общественностью"

Соответствует РПД

« 14 » авг 20 20 г.
Ашмарина /УМУ СГЭУ/

Зав. кафедрой  /В.Б. Звоновский /

Самара 2020

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Социология рекламы и связей с общественностью входит в обязательную часть блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Социальная ответственность бизнеса, Основы бизнеса

Последующие дисциплины по связям компетенций: Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Социология рекламы и связей с общественностью в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Планируемые результаты обучения по дисциплине			
Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ОПК-7_ИДК1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.	Возможные последствия от рекламного воздействия на аудиторию.	Управлять собственными ресурсами с учетом возникающих эффектов от профессиональной деятельности.	Навыками устранения нежелательных последствий от своей профессиональной деятельности.
ОПК-7_ИДК2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	Возможные эффекты от осуществления своей профессиональной деятельности.	Предвидеть нежелательные последствия от своей профессиональной деятельности.	Принципами социальной ответственности бизнеса.
ОПК-7_ИДК3 Знает цеховые принципы социальной ответственности,	Возможные последствия от рекламного воздействия на аудиторию. Возможные эффекты от осуществления своей	Управлять собственными ресурсами с учетом возникающих эффектов от профессиональной деятельности.	Навыками устранения нежелательных последствий от своей

<p>типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.</p> <p>Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.</p>	<p>профессиональной деятельности.</p>	<p>Предвидеть нежелательные последствия от своей профессиональной деятельности.</p>	<p>профессиональной деятельности.</p> <p>Принципами социальной ответственности бизнеса.</p>
---	---------------------------------------	---	---

Профессиональные компетенции (ПК):

ПКО-1 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
<p>ПКО-1_ИДК1</p> <p>Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p>	<p>Закономерности и основные направления деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью.</p>	<p>Разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты по рекламе и связям с общественностью.</p>	<p>Навыками коммуникационного взаимодействия между организацией и ее целевой аудиторией.</p>
<p>ПКО-1_ИДК2</p> <p>Осуществляет тактическое планирование мероприятий в</p>	<p>Особенности планирования и организации коммуникационной стратегии компании.</p>	<p>Разрабатывать внутренние коммуникации по формированию корпоративной</p>	<p>Технологиями формирования коммуникационной политики компании, направленной на</p>

рамках реализации коммуникационной стратегии.		идентичности и корпоративной культуры.	внутреннюю и внешнюю аудиторию.
ПКО-1_ИДКЗ Участует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Закономерности формирования корпоративной культуры корпоративной идентичности.	Разрабатывать внутренние коммуникации и мероприятия, направленные на корпоративную культуру идентичность.	Навыками по формированию корпоративной идентичности.

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 5
Контактная работа, в том числе:	14.4/0.4
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	8/0.22
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.4/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа, в том числе:	86.6/2.41
Промежуточная аттестация	7/0.19
Вид промежуточной аттестации:	Экз
Экзамен	
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3