

Аннотация

рабочей программы дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» направления подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью».

Общая трудоемкость дисциплины – составляет 5 ЗЕТ (180 часов)

Целью дисциплины является получение необходимых знаний о сущности и средствах интегрированных коммуникаций, получения навыков принятия оптимальных решений в области коммуникационных процессов, а также умений анализировать, синтезировать и планировать коммуникационную деятельность.

Задачи дисциплины:

- получить комплекс знаний о месте интегрированных коммуникаций в информационной индустрии и коммуникационном пространстве современного общества;
- сформировать понимание студентами, как происходит управление коммуникационным процессом;
- сформировать у студентов взгляд на рекламу, связи с общественностью и коммуникационный маркетинг как на важнейший фактор эффективности интегрированных коммуникаций;
- рассмотреть отдельные инструменты рекламы, PR, специфику их функций в системе интегрированных коммуникаций;
- сформировать понимание механизмов интеграции коммуникационных средств друг с другом и т.д.

Дисциплина участвует в формировании компетенций: Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

В результате освоения компетенции студент должен:

Знать: основные принципы и методы интегрированных коммуникаций, содержание и средства ИМК в различных структурах, особенности внешней и внутренней коммуникации, основные требования к рекламным продуктам и инструментам в различных структурах.

Уметь: ориентироваться в различных средствах и каналах рекламы и PR, планировать рекламные, PR - мероприятия учитывая деятельность организации.

Владеть: навыками анализа рекламных и PR текстов в различных структурах., навыками принятия оптимальных решений в области внешних и внутренних коммуникационных процессов.

Учебная дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» относится к базовой части Б1.1.15

учебного плана и является одной из дисциплин, формирующих знания и навыки бакалавра по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью».

Изучение данной дисциплины связано с положениями следующих учебных дисциплин: Б1.1.11 «Основы теории коммуникаций», Б1.1.23 Управление конфликтами в ПР - деятельности, Б1.1.29 Теория и практика связей с общественностью, Б1.1.39 Рекламный маркетинг, Б1.1.41 Теория организации и организационное поведение, Б1.1.13 Психология массовых коммуникаций.

Результаты освоения дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» достигаются за счет использования в процессе обучения интерактивных методов и технологий формирования данных компетенций у студентов:

- лекции с анализом конкретных производственных ситуаций;
- введение диалога с аудиторией;
- решение практических ситуативных заданий;
- использование метода деловая игра;
- проектная деятельность (создание собственных электронных презентаций по разделам курса);
- выполнение тестовых заданий.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

Программой дисциплины предусмотрено по очной (заочной) форме обучения: лекционных занятий – 18 часов (4 часа), лабораторных занятий – 36 часов (8 часов), семинарских занятий – 18 часов (4 часа), самостоятельной работы – 108 часа (164 часа). Форма промежуточной аттестации по завершении обучения – экзамен.

Продолжительность изучения дисциплины – один семестр.