

Аннотация

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

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»

ОПК-4 «Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности»

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

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с освоением студентами основных принципов комплекса коммуникативных, маркетинговых и медийных технологий, направленных на продвижение компаний, укрепление их имиджа и расширения деятельности за счет интеграции рекламы, связей с общественностью, стимулирования сбыта, брендинга и специальных мероприятий. В рамках изучения дисциплины рассматриваются современные каналы продвижения в аспекте их взаимодействия с традиционными коммуникациями, что позволяет намного шире и эффективнее рассмотреть функционал интегративных моделей продвижения бренда.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, семинары, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский»