

Приложение к рабочей программе дисциплины

Основы интегрированных коммуникаций

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Бакалавриат

Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Основы интегрированных коммуникаций

Дисциплина обязательной части учебного плана

форма обучения – очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	288/8
Цель изучения дисциплины	формирование знаний о методологии и технологии планирования и проведения PR-кампаний, развитие навыков в проектировании PR-кампаний в сфере рекламы и связях с общественностью
Содержание дисциплины	Профессиональная этика и культура в сфере рекламы и связей с общественностью. Стандарты, сертификация и лицензирование. Организационные структуры в сфере рекламы и связей с общественностью. Корпоративная культура и фирменный стиль: взаимоотношение понятий. Корпоративный имидж организации. Общественность. Общественное мнение. Социологические исследования в сфере рекламы и связей с общественностью. Маркетинговые исследования в сфере рекламы и связей с общественностью. Методы анализа массовой коммуникации. Медиарилейшнз. Использование сетевых ресурсов в PR-практике. PR и радио. PR и телевидение. Медиапланирование. Политические технологии. Экономические и социальные кампании. Экологический PR. Модульные технологии в реализации PR-проектов. PR-кампания: понятия, характеристики, типы.
Формируемые компетенции (коды)	ОПК-4 ОПК-7
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Медиарилейшнз и медиапланирование Профессионально-ознакомительная практика Научно-исследовательская работа
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий 3) дистанционные образовательные технологии
Форма промежуточной аттестации	зачет, экзамен