

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 27.08.2018 11:34:14

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8f00d7373af5dae090acbec87d71fc

Министерство культуры Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма  
Кафедра арт-бизнеса, туризма и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы

\_\_\_\_\_ А.В. Кудинова

Протокол № 1 от 27 августа 2018 г.

## **АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.Б.14 ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки – Арт-бизнес и реклама

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Составитель:

доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы КГИК,

кандидат культурологии

\_\_\_\_\_ Л.В. Терещенко

Краснодар  
2018

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Цели** освоения дисциплины – сформировать системное представление об актуальных тенденциях бизнес-деятельности в контексте современного информационного пространства, о теоретических и практических направлениях применения знаний в сфере интегрированных коммуникаций.

### **Задачи:**

- овладеть понятийным аппаратом в рамках теории интегрированных коммуникаций; изучить основные теоретические концепции и модели интегрированных коммуникаций;
- понимать роль интегрированных коммуникаций в развитии современного общества и экономики; знать основных участников современного российского рынка интегрированных коммуникаций; знать цели и особенности интегрированных коммуникаций в целом, а также ее отдельных составляющих, при решении задач социальных и бизнес-организаций;
- овладеть количественными и качественными методами исследований в области интегрированных коммуникаций; приобрести практические навыки оценки эффективности коммуникационных кампаний.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

«Интегрированные коммуникации» – дисциплина базовой части. Для ее изучения студентам необходимо успешное освоение знаний по следующим предшествующим дисциплинам: «Менеджмент и маркетинг в арт-бизнесе и рекламе», «Связи с общественностью», «Исследования в арт-бизнесе и рекламе». Данная дисциплина необходима в последующем освоении знаний по дисциплинам «Брендинг и проектирование потребительской культуры», «Краудфандинг и фандрайзинг», «Бизнес-планирование».

## **3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

### **а) общекультурных (ОК):**

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

### **Б) общепрофессиональных**

- способность анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-2);
- способность к осмыслению текстов различной жанровой, стилистической и семиотической природы и пониманию различий между ними, обусловленных этой природой (ОПК-3);
- способностью использовать основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач,

анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОПК-4);

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий, а также с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-5).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

**Знать:** теорию и методологию концепции интегрированных коммуникаций, базовые элементы интегрированных коммуникаций, типологию ИК-сообщений, инструменты интегрированных коммуникаций

**Уметь:** планировать интегрированные кампании в продвижении визуальных продуктов, разрабатывать стратегию коммуникативной политики организаций и компаний

**Владеть:** навыками применения ИК-инструментов, построения интегрированных коммуникационных программ.

**Приобрести опыт деятельности:** создания ИК-сообщений, разработки, проектирования, корректировки и оценки эффективности ИК-кампаний.