

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 02.07.2017 13:16:45

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8f00d7373af5daae090a6ec83d711z

Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

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

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы

А.В. Кудинова

Протокол № 15 от 16 июня 2017 г.

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1. Б.14 ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки – Реклама и визуальные коммуникации

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Составитель:

кандидат культурологии,

доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы

Терещенко Л.В.

Краснодар
2017

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: «Основы теории коммуникации», «Основы рекламного маркетинга», «Теория и практика рекламы». Данная дисциплина необходима в последующем освоении знаний по дисциплинам «Визуальные коммуникации в социальных и политических проектах», «Менеджмент рекламы и визуальных коммуникаций» «Коммуникативистика и медиапланирование».

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.

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Курс «Интегрированные коммуникации» для студентов очного отделения рассчитан на 10 зачетных единиц общей трудоемкости (360 часов) во 5-6 семестрах.

Форма промежуточной аттестации – зачет в 5 семестре, экзамен в 6 семестре.

Для студентов заочного отделения курс данной дисциплины рассчитан на 10 зачетных единиц общей трудоемкости (360 часов) в 4-5-6 семестрах.

Форма промежуточной аттестации – зачет в 5 семестре, экзамен в 6 семестре.