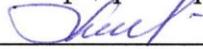


Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

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

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы

 А.В. Кудинова
Протокол № 1 от 26 августа 2016 г.

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

Б1. Б.14 ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки – Визуальных коммуникаций

Квалификация выпускника – академический бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Составитель:

доктор философских наук,
профессор кафедры арт-бизнеса и рекламы

 С.А. Морозов

Краснодар
2016

1. 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 ООП ВО

«Интегрированные коммуникации» - дисциплина базовой части. Для ее изучения студентам необходимо успешное освоение знаний по следующим предшествующим дисциплинам: «Менеджмент и маркетинг в визуальных коммуникациях», «Деловые коммуникации», «Визуальная реклама». Данная дисциплина необходима в последующем освоении знаний по дисциплинам «Визуальные коммуникации в социальных и политических проектах», «Визуальные исследования и консалтинг в визуальных коммуникациях», «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): готовность к критическому осмыслению информации, постановки явлений социальной и культурной жизни, способностью к поиску и анализу цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

б) профессиональных (ОПК) - способность анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-2); способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-5);

в) профессиональных (ПК)

- владение навыками участия в научных дискуссиях, выступления с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального

(размещение в информационно-коммуникационной сети «Интернет»), представления материалов собственных научных исследований (ПК-6);

- способность работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности (ПК-8);

- способность разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, масс-медийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

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 4-6 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.