**АННОТАЦИЯ**

**учебной дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций»**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль подготовки:** «Работа с социальными медиа»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, очно-заочная

**Год/годы и семестр/семестры обучения:** 1-й и 2-ый семестры 1-го года и 2-го года обучения

**Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Это основной предмет в системе формирования теоретических знаний студентов о специфике различных деятельностей сферы социальных коммуникаций. Курс «Основы интегрированных коммуникаций» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Компьютерные технологии и информатика», «История мирового искусства», «История мирового кино», «Организация специальных мероприятий», «Социальная психология», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности», «Дизайн в PR и рекламе», «Основы компьютерного дизайна: практикум», «Психология массовых коммуникаций», «ИМК в Интернет», «Технологии управления общественным мнением», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы медиапланирования», «Блоггинг», «Семиотика рекламы и связей с общественностью», а также со всеми видами производственной практики, ГИА. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской деятельности.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 12 зачетных единиц (432 часа). В структуру курса входит 5 модулей: 1) «Введение в профессию»; 2) «Теория и практика связей с общественностью»; 3) «Теория и практика рекламы»; 4) «Психология рекламной и PR-деятельности»; 5) «Продвижение в социальных медиа». При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими и семинарскими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных технологий электронного обучения (частично на платформе дистанционного обучения «Электронный университет- Moodle»). Модуль «Психология рекламной и PR‑деятельности» включает занятия в формате тренингов. Модуль «Продвижение в социальных медиа» предполагает непосредственное практическое использование доступных ресурсов социальных медиа.

Основная **цель** дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» - формирование у студентов направления «Реклама и связи с общественностью» целостной и внутренне взаимосвязанной системы представлений о принципах интегрированных коммуникаций (ИК), как основе деятельности в области рекламы и связей с общественностью, ее предмете, базовых процессах и технологиях, сферах вовлеченности, субъектах данной деятельности, их функциях, а также механизмах профессиональных коммуникаций в контексте формирования сетевого общества.

**Задачи** дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» заключаются:

- в ознакомлении студентов с основными концепциями трактовки феноменов духовной сферы общества «реклама» и «паблик рилейшнз», как составных частей сферы ИК, тенденциями становления и развития мировой рекламной и PR-индустрии в эпоху Интернета;

- в формировании представлений об условиях, принципах эффективного функционирования интегрированных коммуникаций, в том числе в социальных медиа;

- в развитии умения анализировать функции, задачи применения рекламы и связей с общественностью в сфере интегрированных коммуникаций, включая организацию подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

- в содействии знанию психологии рекламной и PR-деятельности как отрасли социальной психологии, изучающей психические процессы в условиях коммуникации с потребителем, а также влияние рекламы и PR на общественное сознание;

- в понимании интегративной природы сферы социальных коммуникаций современного общества, в т.ч. их роли в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

- в развитии умения использовать возможности социальных интернет-ресурсов в деятельности по продвижению;

- в формировании реалистичного представления студентов о своей профессиональной роли в процессе рекламной и PR-деятельности.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности; способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, а также для прохождения всех видов производственной практики, выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции:**

* ОПК-6 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
* ПК-6 – способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
* ПК-8 – способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
* ПК-12 – способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
* ПК-14 – способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
* СПК-2 – способность оптимально использовать Интернет-ресурсы в интегрированных маркетинговых коммуникациях организации.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

***Формы итогового контроля:***зачет, экзамен, зачет, экзамен.