

«ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ»

Б1.В.ДВ.2.1

Дисциплина «Интегрированные коммуникации в бизнесе» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», программа подготовки «Стратегии эффективных коммуникаций» квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины «Интегрированные коммуникации в бизнесе» состоит в формировании у обучающихся системы знаний об актуальных реалиях бизнес-деятельности в контексте современного информационного пространства, а также теоретических и практических направлениях применения знаний в сфере интегрированных бизнес-коммуникаций.

Основными задачами дисциплины являются:

- обозначение концептуальных направлений изучения интегрированных коммуникаций в бизнесе и перспективах их развития;
- формирование навыков использования основных принципов интегрированных коммуникационных решений в обеспечении эффективного функционирования организации в бизнес-среде.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Интегрированные коммуникации в бизнесе» относится к дисциплинам по выбору блока 1 «Дисциплины (модули) ОП по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Учебная дисциплина «Интегрированные коммуникации в бизнесе» изучается во втором семестре (очная форма обучения) и третьем семестре (очно-заочная форма обучения) после изучения таких дисциплин как «Планирование и организация рекламной кампании», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Тенденции развития рекламы и связей с общественностью», «Организация работы PR агентства».

Освоение материалов учебной дисциплины «Интегрированные коммуникации в бизнесе» является важным этапом для последующего изучения дисциплин «Коммуникации бизнеса и власти», «Управление рекламным агентством», «Консалтинг в коммуникационной политике компании».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Интегрированные коммуникации в бизнесе», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

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

- **ОК-2** готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести

социальную и этическую ответственность за принятые решения;

– **ОК-3** готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;

– **ОК-6** способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне;

– **ОПК-2** способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;

– **ПК-2** способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий;

– **ПК-12** способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

– основы деловой и профессиональной этики и понимать её роль в практической деятельности руководителей и специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью;

– основные принципы и технологии профессионального и личностного саморазвития;

– основные принципы и технологии интеграции коммуникативных средств;

– специфику организации и проведения коммуникационных программ и мероприятий;

– ключевые концепции и технологии профессиональной деятельности руководителей в сфере рекламы и связей с общественностью.

Уметь:

– инициативно собирать и анализировать информацию, принимать обоснованные управленческие решения на её основе, брать на себя ответственность за последствия принятых решений;

– организовывать активный поиск и применять на практике новаторские подходы и инновационные технологии для решения сложных или нестандартных проблем в личной и профессиональной жизни;

– планировать и реализовывать на практике коммуникационные кампании и мероприятия;

– проводить мониторинг и контроль коммуникационных программ и мероприятий с целью выявления возможных отклонений от стратегических целей и задач;

– руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.

Владеть:

– навыками эффективной коммуникации в ситуациях различной степени сложности и неопределённости, с участием представителей разнообразных национальных и социальных групп;

– методами и инструментами повышения личной и профессиональной

эффективности;

- ключевыми технологиями и практическими инструментами разработки, реализации и оценки эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий;

- ключевыми инструментами адаптации коммуникационных программ и мероприятий в соответствии с изменяющимися условиями среды ведения бизнеса;

- навыками управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, с целью обеспечения их качества и эффективности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.