

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования
 Информация о владельце: **«Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»**
 ФИО: Агабекян Раиса Левковна (г. Краснодар)
 Должность: ректор (НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)
 Дата подписания: 01.04.2024 08:16:18
 Уникальный программный ключ:
 4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ
 Проректор по учебной работе,
 доцент Севрюгина Н.И.
 25.12.2023

Б1.О.05.06
МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ПОДГОТОВКИ
Интегрированные коммуникации

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Кафедра рекламы и дизайна**
 Учебный план 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
 Квалификация **бакалавр**
 Форма обучения **очная**
 Программу составил(и): кфн, доцент кафедры рекламы и дизайна, Петракова Анна Сергеевна

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	Неделя		16 5/6	
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,3	0,3	0,3	0,3
Консультации перед экзаменом	1		1	
В том числе в форме практ.подготовки	4	4	4	4
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	49,3	49,3	49,3	49,3
Сам. работа	24	24	24	24
Часы на контроль	34,7	34,7	34,7	34,7
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель изучения дисциплины «Интегрированные коммуникации» - дать целостное представление о теоретических и практических аспектах управления коммуникациями в коммерческих и некоммерческих институтах, менеджмента управления проектной деятельностью в организациях, особенностях корпоративных коммуникаций, формирования имиджа и бренда компании, о подходах к исследованию коммуникаций в компании и развитию и поддержания бизнес-коммуникаций в кросс-культурной среде, о «культурном разнообразии» в менеджменте организации, о роли культурной дифференциации в выстраивании международного делового сотрудничества, о влиянии мультикультурализма на предпринимательскую деятельность в условиях глобальной экономики, о принципах управления бизнес-коммуникациями в разных странах и возможностях адаптации, интеграции предприятий в межкультурном пространстве, с учетом ценностных ориентиров и этических норм, принятых в бизнес-среде, в целях налаживания сотрудничества, деловых отношений и соотношения философии менеджмента компании в системе международных коммуникаций, направленных на обеспечение стабильного функционирования предприятия на рынке и повышения показателей эффективности его деятельности.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.05
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях
2.1.2	История рекламы и связей с общественностью
2.1.3	Математика
2.1.4	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации
2.1.5	Менеджмент
2.1.6	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
2.1.7	Теория и практика рекламы
2.1.8	Цифровые коммуникации
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Цифровые коммуникации
2.2.2	Организация и проведение коммуникационных кампаний
2.2.3	Производственная практика: профессионально-творческая практика
2.2.4	Менеджмент в рекламе и связях с общественностью
2.2.5	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
2.2.6	Производственная практика: преддипломная практика
2.2.7	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-3: Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)

ПК-3.1: Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

Знать:

основные маркетинговые инструменты продвижения продукта

особенности производства и реализации коммуникационного продукта

основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

Уметь:

использовать основные маркетинговые инструменты продвижения продукта

применять в профессиональной деятельности особенности производства и реализации коммуникационного продукта

использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

Владеть:

навыками использования основных маркетинговых инструментов продвижения продукта

навыками использования в профессиональной деятельности основ производства и реализации коммуникационного продукта

навыками использования в профессиональной деятельности основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
ПК-3.2: Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
Знать:
основы организации и выполнении маркетинговых исследований
основы разработки и реализации коммуникационного продукта
основы организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
Уметь:
применять в профессиональной деятельности основы организации и выполнении маркетинговых исследований
применять в профессиональной деятельности основы разработки и реализации коммуникационного продукта
применять в профессиональной деятельности основы организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
Владеть:
навыками применения в профессиональной деятельности основ организации и выполнении маркетинговых исследований
навыками применения в профессиональной деятельности основ разработки и реализации коммуникационного продукта
навыками применения в профессиональной деятельности основ организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
ПК-3.3: Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
Знать:
понятие целевой группы
технологии мониторинга общественного мнения
технологии мониторинга обратной связи с разными целевыми группами
Уметь:
применять понятие целевой группы
применять технологии мониторинга общественного мнения
применять технологии мониторинга обратной связи с разными целевыми группами
Владеть:
навыками детерминации понятия целевой группы
навыками применения технологии мониторинга общественного мнения
навыками применения технологии мониторинга обратной связи с разными целевыми группами
ПК-1.1: Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от- дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
Знать:
функционал линейного менеджера
функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью
функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
Уметь:
выполнять функционал линейного менеджера
выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью
выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
Владеть:
навыками выполнения функционала линейного менеджера
навыками выполнения функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью
в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
ПК-1.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Знать:
основы тактического планирования

основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
основы тактического планирования рекламных и PR-мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Уметь:
применять основы тактического планирования
применять основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
применять основы тактического планирования рекламных и PR-мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Владеть:
навыками применения основ тактического планирования
навыками применения основ тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
навыками применения основ тактического планирования рекламных и PR-мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
ПК-1.3: Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Знать:
понятие и сущность внутренних коммуникаций
понятие, сущность и виды мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
основы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Уметь:
использовать в профессиональной деятельности знания по основам функционирования внутренних коммуникаций
использовать в профессиональной деятельности знания по основам организации мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
применять в профессиональной деятельности основы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Владеть:
навыками применения в профессиональной деятельности знаний по основам функционирования внутренних коммуникаций
навыками применения в профессиональной деятельности знаний по основам организации мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
навыками применения в профессиональной деятельности основ организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
УК-3.1: Знает: проблемы подбора эффективной команды; основные условия эффективной командной работы; основы стратегического управления человеческими ресурсами, нормативные правовые акты, касающиеся организации и осуществления профессиональной деятельности; модели организационного поведения, факторы формирования организационных отношений; стратегии и принципы командной работы, основные характеристики организационного климата и взаимодействия людей в организации; методы научного исследования в области управления; методы верификации результатов исследования; методы интерпретации и представления результатов исследования
Знать:
проблемы подбора эффективной команды; основные условия эффективной командной работы;
основы стратегического управления человеческими ресурсами, нормативные правовые акты, касающиеся организации и осуществления профессиональной деятельности; модели организационного поведения, факторы формирования организационных отношений;
стратегии и принципы командной работы, основные характеристики организационного климата и взаимодействия людей в организации; методы научного исследования в области управления; методы верификации результатов исследования; методы интерпретации и представления результатов исследования
Уметь:
определять проблемы подбора эффективной команды; основные условия эффективной командной работы;
применять основы стратегического управления человеческими ресурсами, нормативные правовые акты, касающиеся организации и осуществления профессиональной деятельности; модели организационного поведения, факторы формирования организационных отношений;
использовать стратегии и принципы командной работы, основные характеристики организационного климата и взаимодействия людей в организации; методы научного исследования в области управления; методы верификации результатов исследования; методы интерпретации и представления результатов исследования
Владеть:
навыками детерминации проблем подбора эффективной команды; основных условий эффективной командной работы;
навыками применения основ стратегического управления человеческими ресурсами, нормативных правовых актов, касающихся организации и осуществления профессиональной деятельности; моделей организационного поведения,

факторов формирования организационных отношений;
навыками использования стратегий и принципов командной работы, основных характеристик организационного климата и взаимодействия людей в организации; методов научного исследования в области управления; методов верификации результатов исследования; методов интерпретации и представления результатов исследования
УК-3.2: Умеет: определять стиль управления и эффективность руководства командой; вырабатывать командную стратегию; владеть технологией реализации основных функций управления, анализировать и интерпретировать результаты научного исследования в области управления человеческими ресурсами; применять принципы и методы организации командной деятельности; подбирать методы и методики исследования профессиональных практических задач; уметь анализировать и интерпретировать результаты научного исследования
Знать:
стиль управления и эффективность руководства командой; понятие командной стратегии;
понятие технологии реализации основных функций управления, понятие анализа и интерпретации результатов научного исследования в области управления человеческими ресурсами;
содержание принципов и методов организации командной деятельности; методов и методик исследования профессиональных практических задач; деятельности по анализу и интерпретации результатов научного исследования
Уметь:
определять стиль управления и эффективность руководства командой; вырабатывать командную стратегию;
владеть технологией реализации основных функций управления, анализировать и интерпретировать результаты научного исследования в области управления человеческими ресурсами;
применять принципы и методы организации командной деятельности; подбирать методы и методики исследования профессиональных практических задач; уметь анализировать и интерпретировать результаты научного исследования
Владеть:
навыками определять стиль управления и эффективность руководства командой; вырабатывать командную стратегию;
навыками применения технологий реализации основных функций управления, анализа и интерпретации результатов научного исследования в области управления человеческими ресурсами;
навыками применения принципов и методов организации командной деятельности; подбора методов и методик исследования профессиональных практических задач; анализа и интерпретации результатов научного исследования
УК-3.3: Владеет: организацией и управлением командным взаимодействием в решении поставленных целей; созданием команды для выполнения практических задач; участием в разработке стратегии командной работы; составлением деловых писем с целью организации и сопровождения командной работы; умением работать в команде; разработкой программы эмпирического исследования профессиональных практических задач
Знать:
основы организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей; основы создания команды для выполнения практических задач;
правила участия в разработке стратегии командной работы; составления деловых писем с целью организации и сопровождения командной работы;
основы технологии работы в команде; разработки программы эмпирического исследования профессиональных практических задач
Уметь:
применять основы организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей; основы создания команды для выполнения практических задач;
применять правила участия в разработке стратегии командной работы; составления деловых писем с целью организации и сопровождения командной работы;
применять основы технологии работы в команде; разработки программы эмпирического исследования профессиональных практических задач
Владеть:
навыками организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей; создания команды для выполнения практических задач;
навыками разработки стратегии командной работы; составления деловых писем с целью организации и сопровождения командной работы;
навыками работы в команде; разработки программ эмпирического исследования профессиональных практических задач

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1 Знать:
основные маркетинговые инструменты продвижения продукта
основы организации и выполнении маркетинговых исследований
понятие целевой группы
функционал линейного менеджера
основы тактического планирования
понятие и сущность внутренних коммуникаций

проблемы подбора эффективной команды; основные условия эффективной командной работы;
стиль управления и эффективность руководства командой; понятие командной стратегии;
основы организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей; основы создания команды для выполнения практических задач;
3.2 Уметь:
использовать основные маркетинговые инструменты продвижения продукта
применять в профессиональной деятельности основы организации и выполнении маркетинговых исследований
применять понятие целевой группы
выполнять функционал линейного менеджера
применять основы тактического планирования
использовать в профессиональной деятельности знания по основам функционирования внутренних коммуникаций
определять проблемы подбора эффективной команды; основные условия эффективной командной работы;
определять стиль управления и эффективность руководства командой; выработать командную стратегию;
применять основы организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей; основы создания команды для выполнения практических задач;
3.3 Владеть:
навыками использования основных маркетинговых инструментов продвижения продукта
навыками применения в профессиональной деятельности основ организации и выполнении маркетинговых исследований
навыками детерминации понятия целевой группы
навыками выполнения функционала линейного менеджера
навыками применения основ тактического планирования
навыками применения в профессиональной деятельности знаний по основам функционирования внутренних коммуникаций
навыками детерминации проблем подбора эффективной команды; основных условий эффективной командной работы;
навыками определять стиль управления и эффективность руководства командой; выработать командную стратегию;
навыками организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей; создания команды для выполнения практических задач;