**Аннотация рабочей программы дисциплины**

**ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) – бакалавр

***Цель освоения дисциплины:***

формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области организации и управления коммуникативной деятельностью компании, обеспечению эффективного взаимодействия компании с ее внешней и внутренней средой.

***Основные задачи дисциплины:***

* сформировать у студентов понимание роли и значения интегрированных маркетинговых коммуникаций в деятельности и развитии современной компании;
* выработать у студентов практические навыки, связанные с процессом организации и управления коммуникативной деятельностью компании.

В результате освоения дисциплины «Интегрированные коммуникации» обучающийся должен:

*знать:*

* сущность и специфику основных элементов комплекса маркетинговых коммуникаций;
* виды и средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;
* принципы построения интегрированных коммуникаций;
* правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью;
* принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций.

*Уметь:*

* выявлять закономерности и тенденции развития процесса маркетинговых коммуникаций в современных условиях рыночной экономики;
* проводить комплексный и ситуационный анализ конкурентной среды организации;
* творчески использовать коммуникационные инструменты в решении поставленной задачи;
* выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;
* оценивать эффективность коммуникационных кампаний.

*Владеть навыками:*

* прикладными методами и методиками анализа информации;
* навыками разработки рекламной кампании и PR-акции;
* традиционными и современными коммуникативными технологиями;
* навыками работы с рекламными и PR-текстами;
* навыками поддержания связей и отношений с рекламными агентствами и службами.

**Содержание дисциплины:**

**Раздел 1. Основы интегрированных коммуникаций**

Тема 1.1. Понятие и сущность интегрированных коммуникаций.

Тема 1.2. Основные элементы коммуникативного пространства.

Тема 1.3 Основы планирования коммуникативной деятельности.

**Раздел.2 . Управление интегрированными коммуникациями**

Тема 2.1. Коммуникативная политика организации.

Тема 2.2. Реклама как составляющая маркетинговых коммуникаций.

Тема 2.3. Связи с общественностью в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Тема 2.4 имидж компании в системе интегрированных коммуникаций.

Тема 2.5. Корпоративные коммуникации и их особенности.

Тема 2.6. Особенности коммуникативной политики в различных сферах и организационных структурах.

Тема 2.7. Оценка эффективности коммуникативных стратегий.