

## АННОТАЦИЯ

рабочей программы по дисциплине

### **Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)**

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки

#### **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Квалификация - Бакалавр

Форма обучения – очная/заочная

### **1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ**

#### **1.1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» составлена в соответствии с учебным планом подготовки *бакалавров* по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью образовательная программа Реклама и связи с общественностью в отрасли физической культуры и спорта в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования и утвержденными стандартами и положениями Университета.

Целью изучения дисциплины является освоение студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области интегрированных коммуникаций рекламы и связей с общественностью и реализация их в своей профессиональной деятельности.

#### **1.2. ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Результаты освоения дисциплины определяются способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

*Бакалавр* по направлению подготовки 42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности и образовательной программой:

##### **организационно-управленческая деятельность:**

участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

##### **коммуникационная деятельность:**

участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

##### **рыночно - исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:**

участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;

написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;

#### **1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Дисциплина Б.1.36 «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» относится к Блоку 1 *базовой* части. В соответствии с учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе 5,6 семестр по очной форме обучения, на 4 курсе 7,8 семестр по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: по очной форме

обучения 5 семестр – зачет, 6 семестр — экзамен; по заочной форме обучения 7 семестр — зачет, 8 семестр — экзамен. Для успешного освоения дисциплины необходимы входные знания, умения и компетенции студента, полученные по следующим дисциплинам: "Деловые коммуникации", "Связи с общественностью в физической культуре и спорте".

#### 1.4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

1.4.1. В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

**а) общепрофессиональными (ОПК):**

способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

**б) профессиональными (ПК):**

способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

1.4.2. В результате изучения дисциплины студент будет:

Знать:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций (ОПК-1; ПК-6);</li> </ul>
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ (ОПК-1; ПК-6);</li> <li>• планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-1; ПК-6);</li> </ul>
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• традиционными и современными технологиями рекламной и PR-деятельности в профессиональной сфере (ОПК-1; ПК-6);</li> <li>• навыками работы с рекламными и PR-текстами (ОПК-1; ПК-6);</li> <li>• специальной терминологией и лексикой данной дисциплины (ОПК-1; ПК-6)</li> </ul>

#### 1.5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ:

##### *очная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3	4	5	6
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>140</b>			<b>70</b>	<b>70</b>
В том числе:					
Лекции	<b>56</b>			28	28
Семинары, в том числе:	<b>64</b>			32	32
Практические занятия	<b>20</b>			10	10
<i>Интерактивные занятия</i>	<b>28*</b>			<i>14*</i>	<i>14*</i>
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>148</b>			<b>74</b>	<b>74</b>
В том числе:					
<i>Анализ специальной литературы</i>	<b>70</b>			50	20
<i>Подготовка к интерактивным занятиям</i>	<b>20</b>			10	10
<i>Подготовка к текущим и рубежным контролям</i>	<b>16</b>			8	8
<i>Подготовка к промежуточным контролям</i>	<b>42</b>			6	36
<b>Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>				зач	экс.
<b>Общая трудоемкость:</b>	часы	<b>288</b>		144	144
	зачётные единицы	<b>8</b>		4	4

