

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Основы интегрированных коммуникаций
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» являются: формирование у студентов теоретических знаний, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях, освоение комплекса основополагающих компетенций специалиста по рекламе и связям с общественностью в отрасли (транспорт), конкурентоспособного на рынке труда, эффективно осуществляющего взаимодействие в профессиональной среде, обладающего социальной мобильностью и пользующегося устойчивым спросом в среде работодателей – руководителей предприятий транспорта, а также приобретение умений и практических навыков по освоению различных коммуникационных технологий, применению коммуникационных форм и методов с учетом сфер деятельности предприятия (организации, специалиста).
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – во 2,3 и 4 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-7; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6, ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 11 зачетных единиц, 396 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Концептуальное представление об интегрированных маркетинговых коммуникациях Тема 2. Концептуальное представление об интегрированных коммуникациях Тема 3. Концептуальное представление о связях с общественностью (PublicRelations) Тема 4. Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности Тема 5. Объединения PR-профессионалов в России и за рубежом Тема 6. Средства массовой информации Тема 7. PR-технологии Тема 8. Формы подачи новостных материалов

Наименование дисциплины (модуля)	Основы интегрированных коммуникаций
	<p>Тема 9. Требования к специалистам по связям с общественностью и рекламе</p> <p>Тема 10. Профессиональная этика и профессиональная культура специалистов по связям с общественностью и рекламе</p> <p>Тема 11. PR-технологии: общая характеристика</p> <p>Тема 12. Медиарейтинги в системе PR-технологий</p> <p>Тема 13. Особенности взаимодействия PR-структур со СМИ</p> <p>Тема 14. MR-активность в рамках специальных мероприятий</p> <p>Тема 15. Подготовка информационных материалов для СМИ</p> <p>Тема 16. Специальные мероприятия в системе PR-технологий</p> <p>Тема 17. Рекламные технологии: общая характеристика</p> <p>Тема 18. Каналы рекламной коммуникации</p> <p>Тема 19. Социальная и политическая реклама</p> <p>Тема 20. Правовые и этические аспекты рекламной деятельности</p> <p>Тема 21. Организация рекламной деятельности</p> <p>Тема 22. Особенности организации и проведения рекламной кампании</p> <p>Тема 23. Рекламный текст</p>
<p>Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)</p>	<p>Курсовая работа, Зачет с оценкой</p>