

## **Аннотация дисциплины «Интегрированные коммуникационные кампании»**

**для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Профиль: Интегрированные коммуникации  
Очная форма обучения**

**Цель освоения дисциплины:** формирование у студентов системы теоретических знаний и практических навыков, способствующих поиску оптимальных решений для повышения эффективности коммуникационного взаимодействия организации с общественностью.

Для достижения поставленной цели при изучении дисциплины решаются следующие **задачи:**

- ознакомить студентов с теоретическими представлениями о месте и роли интегрированных коммуникаций в коммуникативном взаимодействии организации с общественностью;
- овладеть студентам понятийным аппаратом и терминологией системе интегрированных коммуникаций;
- научить студентов практическим навыкам определения оптимального набора коммуникативных технологий, исходя из анализа внешней среды;
- сформировать умения, позволяющие успешно проводить интегрированные кампании, с целью достижения позитивного отношения к организации и продукту (услуге) и повышению спроса;
- сформировать умения, позволяющие успешно работать в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах;
- сформировать теоретические знания и практические навыки по освоению технологий завоевания доверия общественности к организации, создания ее позитивной известности, обеспечения взаимопонимания между организацией и ее общественностью;
- сформировать теоретические знания и практические навыки в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании и поддержании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивации сотрудников и осуществление работы по повышению квалификации, общего культурного и профессионального уровня сотрудников;
- выработать умения осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью;
- выработать умения организовывать интегрированные кампании по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок в соответствии с целями и задачами;
- научить оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с

общественностью;

•выработать у студентов навыки умелого использования специальной литературы, необходимой для их интеллектуального роста и приобретения полезных качеств для будущей профессиональной деятельности

**Место дисциплины в структуре ОП:** Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений профиля и цикла профиля (элективный) дисциплин профиля «Интегрированные коммуникации» блока 1 учебного плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Интегрированные коммуникации», бакалавриат, очная форма обучения.

**Содержание дисциплины:**

Модуль 1. Предмет, основные направления и инструменты интегрированных коммуникаций рекламы и связей с общественностью.

Модуль 2. Целевая аудитория в интегрированных коммуникациях.

Модуль 3. Методы исследования социальной среды в интегрированных коммуникациях.

Модуль 4. Организация и управление работой рекламных служб и служб по связям с общественностью.

Модуль 5. Основные элементы интегрированных коммуникаций.

Модуль 6. Разработка интегрированной коммуникационной кампании.