

СТРАТЕГИИ И ТЕХНОЛОГИИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Б1.В.ДВ2.1

1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины «Стратегии и технологии интегрированных коммуникаций» состоит в формировании у магистрантов системы знаний об актуальных реалиях бизнес-деятельности в контексте современного информационного пространства, а так же теоретических и практических направлениях применения знаний в сфере интегрированных бизнес-коммуникаций.

Основными задачами дисциплины являются:

- обозначение концептуальных направлений изучения интегрированных коммуникаций в перспективах их развития;
- изучение технологий конструирования стратегий интегрированных коммуникаций в коммуникационных проектах и кампаниях;
- формирование навыков использования основных принципов интегрированных коммуникационных решений в обеспечении эффективного функционирования организации в бизнес-среде.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Учебная дисциплина «Стратегии и технологии интегрированных коммуникаций» - дисциплина по выбору вариативной части цикла Б1 «Дисциплины (модули)» изучается после таких дисциплин, как «Коммуникации в сфере креативной экономики», «Тенденции развития рекламы и связи с общественностью», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Инновационные практики в коммуникационном менеджменте», «Медиа Рилейшнз (продвинутый уровень)». Для успешного освоения учебной дисциплины магистранты должны обладать знаниями тенденций развития рекламы и связей с общественностью, владеть ключевыми понятиями классических и современных макро- и микро- коммуникационных концепций, уметь использовать в практической деятельности современные коммуникационные технологии, владеть технологиями конструирования стратегий при планировании и организации коммуникационных компаний.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Стратегии и технологии интегрированных коммуникаций» направлен на формирование следующих

компетенций:

ПК-3 - способность определять долгосрочные и краткосрочные приоритеты в выстраивании коммуникаций, находить правильный баланс между стратегическими и тактическими задачами коммуникации, формировать целесообразный интегрированный комплекс инструментов коммуникации;

ПК – 6 - Способность организовать маркетинговые исследования на рынке, поставить задачи исследования, способен к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию новых идей в сфере коммуникаций, использованию современных информационно - коммуникационных технологий и специализированных программных продуктов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- **Знать:** основные принципы интеграции коммуникативных средств; стратегические и тактические задачи коммуникации.

- **Уметь:** планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия, управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

- **Владеть:** навыками управления процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, с целью обеспечения их качества и эффективности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.