

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 18.06.2025 15:42:21
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Интегрированные коммуникации

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	39.03.01 Социология
Направленность (профиль)	Социология и маркетинговые исследования
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года 11 месяцев
Форма(-ы) обучения	заочная

Учебная дисциплина «Интегрированные коммуникации» изучается в шестом семестре.
Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Интегрированные коммуникации» является получение современных представлений о сущности интегрированных коммуникаций, как вида профессиональных технологий и элемента медиакоммуникационной системы; особенностях современных интегрированных онлайн и офлайн коммуникаций, объединяющих инструменты рекламы и связей с общественностью; формах и видах коммуникационных технологий с различными группами общественности;

Изучение дисциплины будет способствовать усвоению компетенций, необходимых при планировании, разработке и реализации интегрированных коммуникационных кампаний и оценки их результатов; применению на практике различных маркетинговых инструментов при реализации программ интегрированных коммуникаций, а также пониманию особенностей медийных и немедийных коммуникаций в контексте современного информационного пространства

Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-4 Способен обосновывать и разрабатывать процедуру исследования рынка и алгоритмов анализа информации в рамках прикладного социологического исследования	ИД-ПК-4.1 Определение целевой аудитории исследования рынка в рамках прикладного социологического исследования
	ИД-ПК-4.2 Составление и оформление методической и технической документации по реализации прикладного социологического исследования

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-6 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИД-ПК-6.1 Использование знаний об основных методах сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации
	ИД-ПК-6.2 Применение маркетинговых инструментов и подготовка комплексного плана проведения маркетингового исследования
	ИД-ПК-6.3 Проведение маркетинговых интернет-исследований, систематизирование и обобщение больших объемов первичной и вторичной маркетинговой информации с использованием цифровых технологий
	ИД-ПК-6.4 На основе проведенных маркетинговых исследований формирование предложений по совершенствованию товарной, ценовой политики, систем сбыта, продаж и продвижения товаров (услуг) организации

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по заочной форме обучения –	4	з.е.	128	час.
-----------------------------	---	------	-----	------