

## АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины

### «Интегрированные коммуникации в массово-информационной сфере»

Направление подготовки/специальность 42.04.03 Издательское дело

Объем трудоемкости: 3 зет (108 часов)

**Цель освоения дисциплины** – рассмотреть интегрированный маркетинг как комплексную систему, основанную на единстве внешнего и внутреннего маркетинга, в целях максимального удовлетворения потребностей общества. Сформировать компетенции необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

#### Задачи дисциплины:

- получение теоретических знаний об интегрированных коммуникациях как сложной многоуровневой системе коммуникационных технологий, их основных принципах и функциях;
- рассмотреть особенности интегрированных коммуникаций в бизнес-организациях отрасли издательского дела;
- рассмотреть вопросы внутрикорпоративного маркетинга: управление персоналом службы маркетинга, корпоративная ответственность, персональный ПР и др.;
- раскрыть содержание сорсинга как стратегии управления ресурсами с выделением значения аутсорсинга.

#### Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Интегрированные коммуникации в массово-информационной сфере» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" Для изучения данной дисциплины необходимо знание по предмету «Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере», «Организация работы подразделения СМИ»

#### Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций:

| Код и наименование индикатора*   | Результаты обучения по дисциплине   |
|--|---|
| <b>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия</b> |   |
| УК-4.1. Применяет современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.               | Знает виды и особенности интегрированных маркетинговых коммуникаций   |
|  | Умеет анализировать опыт выстраивания интегрированных маркетинговых коммуникаций в профессиональной сфере           |
|  | Владеет навыками выстраивания интегрированных маркетинговых коммуникаций в рамках профессионального взаимодействия. |

#### Основные разделы дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 2 курсе, в 3 семестре (очная форма обучения)

| №  | Наименование разделов (тем)                | Количество часов |                   |           |           |                      |
|----|--|------------------|-------------------|-----------|-----------|----------------------|
|    |  | Всего            | Аудиторная работа |           |           | Внеаудиторная работа |
|    |  |                  | Л                 | ПЗ        | ЛР        |                      |
| 1. | Основы интегрированного маркетинга         | 29,3             | -                 | 4         | 2         | 23,8                 |
| 2. | Товар и товарная политика                  | 26               | -                 | 4         | 2         | 20                   |
| 3. | Интегрированные маркетинговые коммуникации | 26               | -                 | 2         | 4         | 20                   |
| 4. | Трейд-маркетинг                            | 26               | -                 | 2         | 4         | 20                   |
|    | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>        | <b>107,8</b>     | -                 | <b>12</b> | <b>12</b> | <b>83,8</b>          |
|    | Контроль самостоятельной работы (КСР)      | -                |                   |           |           |                      |
|    | Промежуточная аттестация (ИКР)             | 0,2              |                   |           |           |                      |
|    | Подготовка к текущему контролю             | -                |                   |           |           |                      |
|    | Общая трудоемкость по дисциплине           | 108              |                   |           |           |                      |

**Курсовые работы:** не предусмотрены

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** зачет

Автор – Ищенко Д.С., кандидат филологических наук, доцент кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии.