

УДК 316.77
М-80

Основы интегрированных коммуникаций: планы семинарских занятий/
Морозова Г.А. Самара: ИУНЛ ПГУТИ. 2014 - 32 с.

Рекомендовано Методическим советом ГОУ ВПО ПГУТИ
в качестве методического пособия для студентов дневной формы
обучения по специальности 031600 «Реклама и связи с общественностью»
Протокол заседания Методического совета ПГУТИ № 7 от 14.03. 2014г.

© Морозова Г.А. - 2014
© ГОУ ВПО ПГУТИ - 2014

Введение

Дисциплине «Основы интегрированных коммуникаций» принадлежит особая роль в подготовке бакалавров по рекламе и связям с общественностью, так как она знакомит студентов с особенностями интегрированного подхода к коммуникации и формирует практические навыки его применения в профессиональной деятельности. Она относится к циклу профессиональных дисциплин и базовой части основной образовательной программы.

Дисциплина изучается на первом и втором курсах в 1-4 семестрах. Данная методическая разработка охватывает проблематику, рассчитанную на первый год обучения. Первый, второй и третий семестры завершаются зачетами, а в четвертом семестре проводится итоговый экзамен, а также защита курсовой работы.

Дисциплина включает следующие структурные элементы: особенности интегрированных коммуникаций, теорию и практику связей с общественностью и рекламы; правовые и этические основы регулирования рекламной и PR-деятельности; технологии интегрированных коммуникаций, в том числе подготовка рекламных и PR-текстов.

Освоение дисциплины позволяет ответить на вопрос: в чем сущность интегрированных коммуникаций в PR и рекламной деятельности с точки зрения теории и практики; как применять соответствующие технологии в реализации интегрированного подхода к коммуникации. Изучив особенности интегрированного подхода к коммуникации, бакалавр по рекламе и связям с общественностью может управлять коммуникационным процессом с большей эффективностью и наименьшими затратами ресурсов.

В соответствии с рабочей программой на первом курсе изучаются интегрированные коммуникации, теория и практика связей с общественностью, теория и практика рекламы.

Целью освоения дисциплины является получение студентами теоретических и практических знаний по основам интегрированных коммуникаций, овладение практическими навыками применения соответствующих технологий в сфере рекламы и связей с общественностью.

Предлагаемая вниманию студентов разработка содержит соответствующий методический комплекс для подготовки к семинарским занятиям и организации самостоятельной работы. Она включает планы семинарских занятий, тематику рефератов, списки литературы, глоссарий, вопросы для подготовки к зачетам. Во время проведения семинарских занятий и при подготовке к ним преподаватель может рекомендовать студентам выполнение конкретных практических заданий (среди них написание эссе, разработка различных проектов, исследовательского инструментария, логические задачи, требующие применения теоретических знаний к анализу практических ситуаций и т.п.). Периодически для выявления уровня усвоения материала проводятся письменные контрольные работы. Основу для самостоятельного изучения курса «Основы интегрированных коммуникаций»

составляют лекции преподавателя и рекомендуемая к каждому занятию учебная и научная литература. Поскольку контрольные работы связаны с лекциями, их посещение обязательно. Для выполнения практических заданий из учебного пособия Мазилкиной Е.И. преподаватель предоставляет студентам раздаточный материал с содержанием заданий.

В результате освоения дисциплины, как в теории, так и на практике студент должен:

- свободно оперировать базовыми понятиями, понимать специфику интегрированных коммуникаций;
- овладеть навыками использования коммуникационных технологий, применяемых в интегрированных коммуникациях;
- знать правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью;
- иметь навыки проведения ситуационного анализа, разработки интегрированных коммуникационных программ;
- готовить в соответствии с требованиями рекламные, PR-тексты и другие документы, связанные с коммуникационной деятельностью.

Тематика семинарских занятий по дисциплине «Основы интегрированных коммуникаций»

1. Планы семинарских занятий первого семестра. Раздел 1-2

Занятие № 1

Интегрированные коммуникации

1. Понятие коммуникации, ее формы.
2. Интегрированные маркетинговые коммуникации, понятие и структурные элементы.
3. Интегрированные коммуникации, понятие и структурные элементы.
4. Взаимосвязь и отличие интегрированных маркетинговых коммуникаций от интегрированных коммуникаций.

Рефераты и практические задания

1. Основы интегрированных коммуникаций как учебная дисциплина, ее особенности, структура.
2. Цели и задачи интегрированных коммуникаций.
3. Реклама как древнейшая форма коммуникации.
4. Массовая коммуникация.
5. Коммуникация и ее роль в современном обществе (эссе).

Литература

1. Абрамов Р.Н. Связи с общественностью: учебное пособие / Р.Н. Абрамов, Э.В. Кондратьев. – М.: КНОРУС, 2012. – Гл. 2, 10.