

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ БИЗНЕСА

1. Цель освоения дисциплины

Формирование системного понимания особенностей современных медийных и не медийных коммуникаций и влияния сферы коммуникаций на развитие современного общества.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Маркетинговый анализ и управление категориями», «Медиаарекламный бизнес в условиях цифровизации», «Международный бизнес и предпринимательство», «Менеджмент в инновационной сфере», «Нейромаркетинг», «Применение искусственного интеллекта в бизнес-маркетинге», «Стратегии брендинга и бренд-менеджмент», «Формирование личного бренда», прохождения практики «Научно-исследовательская работа».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Стратегический маркетинг», «Стратегическое планирование и руководство проектной деятельностью в бизнесе», «Экономическая теория (продвинутый курс)», «Основы предпринимательской культуры», «Правовое регулирование в сфере бизнеса», «Современная медиакультура в глобальных бизнес-коммуникациях», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Практика по профилю профессиональной деятельности».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий (УК-1);
- способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2);
- способен к формированию и анализу транснациональных траекторий развития бизнеса в условиях применения альтернативных концепций эффективности управления (анализ и оценка информационного обеспечения бизнеса; использование экспертных и форсайт оценок; анализ интересов целевых аудиторий стейкхолдеров; маркетинговые исследования) (ПКР-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основные тенденции развития современного коммуникационного пространства;
- структуру участников процесса интегрированных коммуникаций, понимать условия их деятельности, особенности и ограничения;
- особенности развития интегрированных коммуникаций на современном этапе;

уметь

- разбираться в основных механизмах управления информационным потоком;
- формировать структуру процесса интегрированных коммуникаций;
- разбираться в современных технологиях интегрированных коммуникаций;

владеть

- традиционными и современными технологиями маркетинговой рекламной и PR-деятельности;
- специальной терминологией и лексикой данной дисциплины;
- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями рекламы и PR-деятельности.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,
 общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 26 ч., СРС – 82 ч.),
 распределение по семестрам – 3,
 форма и место отчётности – аттестация с оценкой (3 семестр).

5. Краткое содержание дисциплины

Структура коммуникационного пространства в системе интегрированных коммуникаций. Структура и особенности развития коммуникационного пространства. Контент как ключевая составная часть коммуникационного пространства. Внешний и внутренний PR. Работа со СМИ (паблисити, media relations). Корпоративный PR: формирование внешнего и внутреннего имиджа компании. Управление в кризисных ситуациях или кризис-менеджмент. Отношения с персоналом (HR). Отношения в финансовой сфере (инвестиционный пиар или IR). Отношения с властными структурами и местным населением: взаимодействие с государственными органами, лоббизм, политический пиар, GR. Товарная пропаганда, PR-поддержка продаж, маркетинговый пиар. Внутрикorporативный PR. Корпоративные СМИ. Понятие корпоративной культуры. Создание миссии, философии компании, трансляция корпоративных ценностей. Организация внутренних коммуникаций.

Основные участники коммуникационного процесса и особенности их поведения в системе интегрированных коммуникаций.

Управление коммуникациями государственных субъектов. Общественные негосударственные структуры как источник коммуникаций. Бизнес-коммуникации в системе интегрированных коммуникаций. Особенности развития. Характеристика коммуникативной среды в системе связей с общественностью. Реклама. Печатные и электронные СМИ. Внемедийная коммуникация (VTL). Вербальные и невербальные коммуникации (переписка, электронные средства связи, межличностное общение). Публичные выступления. Корпоративный имидж. Фирменный стиль. Рабочие (специальные) мероприятия в связях с общественностью, основные цели мероприятий, теоретические основы организации рабочих (специальных) мероприятий. Основные виды рабочих (специальных) мероприятий: новостной повод, презентация, пресс-конференция, выставки, приём, клубный вечер, деловой завтрак, благотворительность, спонсоринг, фандрайзинг, церемония открытия, день открытых дверей, круглые столы и семинары. Основные виды документов: документы для прессы (информационный пакет для прессы, пресс-релиз, информационное письмо, биография); оперативные документы в связях с общественностью (деловые письма, служебные записки, годовой отчет, коммуникационная программа); имиджевые корпоративные документы; реклама; презентационный буклет; летопись фирмы; слайдовый видеофильм; спонсорские пакеты. Основные способы оценки эффективности кампаний по связям с общественностью.

Особенности развития современных интегрированных коммуникаций.

Глобализация как фактор современных интегрированных коммуникаций. Социальные и маркетинговые интегрированные коммуникации. Он-лайн коммуникаций как основа современных интегрированных коммуникаций. Фактор времени в современных интегрированных коммуникациях. Механизмы обратной связи и их особенности в

интегрированных коммуникациях.

6. Разработчик

Телятникова Виктория Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры технологии, экономики образования и сервиса ФГБОУ ВО «ВГСПУ».