

Код та назва дисципліни українською мовою/ Назва дисципліни англійською мовою	2у-07-28 Сучасні інтегровані комунікації / Modern integrated communications
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	для спеціальностей усіх галузей знань
Кафедра	реклами та зв'язків з громадськістю
П.І.П. НПП (за можливості)	канд. наук із соц. ком., доц. Лященко Анжела Вадимівна
Рівень ВО	другий (магістерський)
КУРС, семестр (в якому буде викладатись)	1 курс
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	базові знання із соціальних комунікацій та теорії організації
Чому це цікаво/треба вивчати	Інтегровані комунікації дозволяють організаціям або особистим брендам донести власні меседжі до цільової аудиторії. Визначити ефективні канали комунікації та відповідний час, що дає можливість залучити зацікавлені сторони, повідомити про позитивний /негативний досвід та просувати компанію. Інтегровані комунікації допомагають відповідати як очікуванням клієнтів та співробітників, так і формувати нові тренди споживання товарів і послуг, використовуючи весь спектр каналів комунікації.
Перелік тем з дисципліни	Тема 1. Система інтегрованих комунікацій. Тема 2. Класичні промо-комунікації (реклама, PR та ін.). Тема 3. Синтетичні комунікаційні інструменти. Тема 4. Цифрові комунікаційні інструменти. Тема 5. Алгоритм побудови комунікаційної політики.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентність)	Здатність до розробки стратегічних концепцій рекламних та PR-проектів, керівництво проектною діяльністю, оцінювати ефективність управлінських рішень з рекламних та PR-проектів, готувати звіти за результатами діяльності.
Очікувані результати навчання	Використовувати знання сучасних цифрових технологій, інструментів та платформ для реалізації комунікаційних кампаній. Створювати рекламно-інформаційний продукт, унікальні, авторські рекламні та PR-проекти та ефективно їх просувати.
Інформаційне забезпечення	1.Скригун, Н. П., Розумей С. Б., Молін Н. О. Онлайн та офлайн інструменти в системі інтегрованих маркетингових комунікацій. <i>Маркетинг і цифрові технології</i> . 2022. Т. 6, Вип. 2. С. 49-61. https://dspace.nuft.edu.ua/handle/123456789/40440 2. Ромат, Є. В. Маркетингові комунікації: підручник. Вид. 2-е, перероб. та допов. Київ : Студцентр, 2024. 384 с. 3. Vukasovic, T., & Rajer, J. (2024). The plan of integrated marketing communication with emphasis on designing a strategy for the brand X. <i>Modern Management Review (Online)</i> , 29(2), 65–84. https://doi.org/10.7862/rz.2024.mmr.10
Види навчальних занять	лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів на семестр/Мінімальна кількість здобувачів (тільки для мовних, творчих дисциплін, за необхідності)	без обмежень

Декан факультету _____ Оксана КИРИЛОВА