

**МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНА НАВЧАЛЬНО-НАУКОВА УСТАНОВА
«АКАДЕМІЯ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ»**

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Вченою радою ДННУ «Академія фінансового управління»

Протокол № 11 від 27 вересня 2022 р.



Віце-президент ДННУ «Академія
фінансового управління»

О. О. Любич

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
(для освітньо-наукових програм 2022 року затвердження)**

Інтегровані комунікації

рівень вищої освіти	третій (освітньо - науковий) рівень
галузі знань	05 «Соціальні та поведінкові науки», 07 «Управління та адміністрування»
спеціальності	051 «Економіка», 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
освітньо-наукові програми	«Економіка», «Облік і оподаткування», «Фінанси, банківська справа та страхування»
тип дисципліни	вибіркова

Київ 2022

Автор:

Зінченко Алла Григорівна - кандидат історичних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри зв'язків з громадськістю Національного університету «Києво-Могилянська академія».

Рецензенти:

Корнєєва Юлія Володимирівна – д.е.н., завідувач відділу макроекономічного регулювання та міжнародних економічних відносин НДФІ ДННУ «Академія фінансового управління», гарант ОНП «Економіка» (доктор філософії),

Олійник Яна Вікторівна – д.е.н., доцент, директор Інституту післядипломної освіти ДННУ «Академія фінансового управління», гарант ОНП «Облік і оподаткування» (доктор філософії),

Олієвська Мирослава Григорівна – д.е.н., завідувач відділу бюджетних видатків соціальної сфери та економічного розвитку НДФІ, гарант ОНП «Фінанси, банківська справа та страхування» (доктор філософії).

Форма навчання —	очна (денна), заочна
Семестр —	3
Кількість кредитів ECTS —	3
Форма підсумкового контролю —	диференційований залік
Мова викладання —	українська

Робочу програму розглянуто та схвалено на засіданні Інституту післядипломної освіти 01.09.2022 р., протокол № 9.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	5
2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ТЕМАМИ	6
Тема 1. Сутність інтегрованих комунікацій	6
Тема 2. Складові та інструменти інтегрованих комунікацій	6
Тема 3. Роль інтегрованих комунікацій у формуванні репутації	6
3. ПОРЯДОК ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	6
4. ПОЛІТИКА ДОБРОЧЕСНОСТІ	8
5. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА	8
5.1. Основна література	8
5.2. Додаткова література	8

ВСТУП

Навчальна дисципліна «Інтегровані комунікації» є однією з вибірових навчальних дисциплін підготовки докторів філософії за освітньо – науковими програмами «Економіка», «Облік і оподаткування», «Фінанси, банківська справа та страхування».

З метою створення безпечних умов організації навчального процесу передбачена можливість проведення усіх занять в Академії у дистанційному режимі із використанням хмарного сервісу організації відеозв'язку ZOOM.

За результатами навчання здобувачі повинні продемонструвати:

- знання теоретичних засад інтегрованих комунікацій, їх ролі у побудові репутації організації;
- знання способів підвищення ефективності комунікаційної діяльності організації;
- уміння систематизувати, обробляти, аналізувати та узагальнювати інформацію з питань інтегрованих комунікацій та репутації;
- набуття комунікаційних навичок.

1. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№	Теми	Всього, год	Лекції, год.	Індивідуальні заняття, год.	Самостійна робота, год.	Форма оцінювання
1.	Сутність інтегрованих комунікацій	24	2	2	20	дискусія; індивідуальна робота
2.	Складові та інструменти інтегрованих комунікацій	42	6	6	30	індивідуальна робота; комп'ютерне тестування
3.	Роль інтегрованих комунікацій у формуванні репутації	24	2	2	20	індивідуальна робота; дискусія; комп'ютерне тестування
Всього навчальних годин		90	10	10	70	-

Підсумковий контроль – диференційований залік

3. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ТЕМАМИ

Тема 1. Сутність інтегрованих комунікацій

Комунікація. Інтегровані маркетингові комунікації. Перехід від інтегрованих маркетингових комунікацій до інтегрованих комунікацій. Особливості інтегрованих комунікацій. Принципи інтегрованих комунікацій. Тренди комунікацій. Моделі сприйняття комунікації цільовими групами.

Тема 2. Складові та інструменти інтегрованих комунікацій

Корпоративна ідентичність і корпоративна ідентифікація. Сутність реклами, її принципи. Маркетингові комунікації. Внутрішньокорпоративні комунікації. Особливість PR як складової інтегрованих комунікацій. Лідери думок. Інфлюенсери. Особливості комунікацій з КСВ. Модель PESO. Інструменти інтегрованих комунікацій.

Тема 3. Роль інтегрованих комунікацій у формуванні репутації

Сутність і структура репутації. Функції інтегрованих комунікацій у формуванні репутації. Етапи впровадження інтегрованих комунікацій в організації. Критерії забезпечення ефективної стратегії інтегрованих комунікацій.

3. ПОРЯДОК ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється у формі диференційованого заліку.

Диференційований залік передбачає оцінювання засвоєння здобувачами вищої освіти навчального матеріалу на підставі поточного контролю (за результатами роботи на індивідуальних заняттях, а також контрольних заходів). Підсумковий контроль у формі диференційованого заліку визначається як сума балів, отриманих здобувачами вищої освіти під час поточного контролю протягом усього семестру.

Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою Академії, шкалою ЄКТС та національною шкалою.

**Умови результатів підсумкового оцінювання знань здобувачів
вищої освіти**

100-бальна шкала Академії	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	відмінно
85–89	B	добре
75–84	C	
70–74	D	задовільно
60–69	E	
35–59	FX	незадовільно з можливістю перескладання
0–34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням навчальної дисципліни

Умови результатів поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Форми оцінювання	Максимальна кількість балів за 1-у роботу	Разом
Дискусія	5	10
Комп’ютерне тестування	8	16
Індивідуальна робота	8	24
Разом		50

З навчальної дисципліни «Інтегровані комунікації» передбачено такий перелік видів індивідуальних завдань:

- аналітичний (критичний) огляд наукових публікацій за заданою тематикою;
- написання есе;
- аналітичний звіт про власні наукові дослідження за відповідною тематикою;
- підготовка презентації (доповіді) за заданою тематикою;
- виконання завдань в рамках дослідницьких проєктів Академії;
- переклад іноземних літературних джерел за заданою проблематикою.

4. ПОЛІТИКА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Індивідуальні завдання з навчальної дисципліни «Бізнес діагностика» мають виконуватись здобувачами самостійно. Для оцінювання надаються лише результати власної роботи здобувача.

Роботи, що містять копіювання оригінальних текстів без посилання на джерела інформації, або компіляцію текстів з оригінальних джерел, оцінюються в 0 балів. Усі роботи перевіряються на антиплагіат.

5. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

5.1. Основна література

1. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 3-є вид., доп.і перер. - К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2009
2. Філіпп Котлер. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. - КМ-БУКС, 2018, - 208 с.
3. Dietrich G. The Challenges and Solutions of the PESO Model [Електронний ресурс] / Gini Dietrich // Medium Corporation. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://medium.com/@ginidietrich/the-challenges-and-solutions-of-the-peso-model-e7c03558183>

5.2.Додаткова література

1. Даніел Канеман. Мислення швидке й повільне. К.- Наш формат, 2019, - 480 с.
2. Річард Талер, Кас Санстейн. Поштовх. Як допомогти людям зробити правильний вибір. - К.- Наш формат, 2017, - 312 с.
3. Ф. Барден. Код зламано, або Наука про те, що змушує купувати. - Книжковий клуб «Клуб сімейного дозугу», 2017, 192 с.
4. Роберт Чалдіні «Психология влияния». – К - Эксмо, 2016