

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 12.08.2021 09:14:44

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Интегрированные маркетинговые коммуникации

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.03.06.03_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	Неделя			
Неделя	17,3			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	36	36	36	36
Лабораторные	36	36	36	36
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	40	40	40	40
Итого ауд.	108	108	108	108
Контактная	108	108	108	108
Сам. работа	72	72	72	72
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	216	216	216	216

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель изучения дисциплины: ознакомление обучающихся с теоретическими основами и современными методами интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) при формировании спроса и продвижении товаров и услуг.
1.2	Задачи изучения дисциплины: изучение сущности, основных принципов и функций ИМК; разработка и внедрение комплекса ИМК, в том числе с использованием рекламы; изучение инструментов и средств ИМК; выявление и удовлетворение потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций; определение методов экономической и коммуникативной эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций.

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-5: способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами

Знать:

демонстрировать знания сущности, содержания, основные принципы, функции, методы процесса управления персоналом

Уметь:

применять нормативные и нормативно-правовые документы в управлении персоналом и работе с малыми коллективами

Владеть:

методами принятия решений и навыками реализации основных функций управления персоналом

ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

Знать:

демонстрировать знания основ стратегического маркетингового планирования

Уметь:

разрабатывать коммуникационные стратегии организации

Владеть:

методами портфельного анализа в процессе разработки маркетинговой стратегии компании

ПК-12: способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий

Знать:

демонстрировать знания основ разработки проектов рекламной деятельности

Уметь:

демонстрировать умения использования информационных технологий в рекламной деятельности

Владеть:

навыками планирования и организации рекламного проекта