

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.22 Интегрированные маркетинговые коммуникации
в торговле

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)

38.03.06.01 Коммерция

Форма обучения

очная

Год набора

2020

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

Ст. преподаватель, Багузова Лариса Валентиновна

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

- формирование теоретических знаний, позволяющих разрабатывать коммуникационные маркетинговые программы с учетом требований рынка;

- развитие практических навыков использования ИМК в коммуникационной деятельности предприятия.

1.2 Задачи изучения дисциплины

- всестороннее изучение коммуникационной деятельности предприятия в рамках маркетинговой стратегии управления на современном этапе развития рыночной системы.

- ознакомление с основными принципами и подходами к разработке интегрированных коммуникационных мероприятий в зависимости от типа рыночной ситуации и характеристик проблемной ситуации предприятия.

- развитие у студентов комплекса практических навыков, необходимых для:

а) разработки решений в области рекламы, прямых продаж, стимулирования сбыта, публичных рилейшинз, выставочной деятельности, программ внутреннего маркетинга;

б) интеграция возможностей различных инструментов маркетинговых коммуникаций в единой комплексной программе продвижения предприятия;

в) обоснования и внедрения в практическую деятельность выработанных проектных решений.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ДПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	
ДПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую	способы выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, их формирование с помощью маркетинговых коммуникаций способы изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, их формировать с помощью маркетинговых коммуникаций

информацию, конъюнктуру товарного рынка	изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка применять навыки выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, их формировать с помощью маркетинговых коммуникаций применять навыки изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	
ПК-8: готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	способы обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания применять навыками обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=15290>.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	1 (36)	
занятия лекционного типа	0,5 (18)	
лабораторные работы	0,5 (18)	
Самостоятельная работа обучающихся:	2 (72)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п		Модули, темы (разделы) дисциплины		Контактная работа, ак. час.							
				Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
						Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
						Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС		
1. Теоретические аспекты концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций											
		1. Теоретические основы маркетинговых коммуникаций		2							
		2. Теоретические основы маркетинговых коммуникаций						2			
		3. Теоретические основы маркетинговых коммуникаций								8	
		4. Понятие ИМК		2							
		5. Понятие ИМК						2			
		6. Понятие ИМК								8	
		7. Цели и задачи построения ИМК		2							
		8. Цели и задачи построения ИМК						2			
		9. Цели и задачи построения ИМК								8	
2. Интегрированное использование инструментов маркетинговых коммуникаций											
		1. Реклама в системе ИМК		2							
		2. Реклама в системе ИМК						2			
		3. Реклама в системе ИМК								8	

4. Роль стимулирования продаж в программах ИМК	2							
5. Роль стимулирования продаж в программах ИМК					2			
6. Роль стимулирования продаж в программах ИМК							8	
7. PR-активность в системе ИМК	2							
8. PR-активность в системе ИМК					2			
9. PR-активность в системе ИМК							8	
10. Интеграционные процессы в директ-маркетинге и организация личных продаж	2							
11. Интеграционные процессы в директ-маркетинге и организация личных продаж					2			
12. Интеграционные процессы в директ-маркетинге и организация личных продаж							6	
13. Бренд в системе ИМК	2							
14. Бренд в системе ИМК					2			
15. Бренд в системе ИМК							8	
16. Интернет-продвижение: новые возможности для ИМК	2							
17. Интернет-продвижение: новые возможности для ИМК					2			
18. Интернет-продвижение: новые возможности для ИМК							10	
Всего	18				18		72	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Кузьмина О.Г., Посухова О.Ю. Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика рекламы: Учебное пособие(Москва: Издательский Центр РИО□).
2. Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие(Москва: Издательский Центр РИО□).
3. Христофоров А.В., Христофорова И. В. Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновационные подходы: Монография(Москва: Издательский Центр РИО□).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level(Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
- 2.
3. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
- 4.
5. Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов Лицсертификат 1808-000451-57691D24 от 23.08.2021

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Электронно-библиотечная система «СФУ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bik.sfu-kras.ru/>
2. Электронно-библиотечная система Издательства «Лань» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/>
3. Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM (ИНФРА-М) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
4. Справочно-правовая система "Консультант плюс". - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы студентов, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью, демонстрационным оборудованием и техническими средствами обучения (экран, проектор, доска учебная, ноутбук, АРМ студента).

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего назначения.