

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

**Кафедра торгового дела и
маркетинга**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

**Кафедра торгового дела и
маркетинга**

наименование кафедры

Ю.Ю. Сулова

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МОДУЛЬ: ТЕХНОЛОГИИ И
ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА 4.0
ИНТЕГРИРОВАННЫЕ
МАРКЕТИНГОВЫЕ
КОММУНИКАЦИИ В ТОРГОВЛЕ**

Дисциплина Б1.В.02.03 МОДУЛЬ: ТЕХНОЛОГИИ И ИНСТРУМЕНТЫ
МАРКЕТИНГА 4.0
Интегрированные маркетинговые коммуникации в
торговле

Направление подготовки / _____
специальность _____

Направленность _____
(профиль) _____

Форма обучения очно-заочная

Год набора 2021

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования с учетом профессиональных стандартов по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

38.03.06 Торговое дело

очно-заочная форма обучения

2021 год набора

Программу
составили

к.э.н., Доцент, Алешина Ольга Геннадьевна

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

ПК-12:Способен организовывать и осуществлять продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий	
ПК-12.1:Способен организовывать продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий	
Уровень 1	современные информационные технологии используемые в процессе продажи товаров
Уровень 1	создавать уникальное торговое предложение различными средствами

	рекламы, публичными выступлениями, личными продажами;
Уровень 1	навыками использования интегрированных маркетинговых коммуникаций с целью организации процесса продаж
ПК-12.2:Способен осуществлять продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий	
Уровень 1	процесс влияния ИМК на формирование спроса и стимулирования сбыта продукции;
Уровень 1	выбирать наиболее эффективные виды маркетинговых коммуникаций определенного товара для расширения сбыта;
Уровень 1	приемами содействия продажам и выбора оптимального канала коммуникации
ПК-4:Способен разрабатывать и обосновывать решения в части деятельности, относящейся к сфере торговли и услуг	
ПК-4.1:Способен проводить сбор и анализ информации для формирования возможных решений, направленных на повышение эффективности торговой деятельности	
Уровень 1	методы сбора и анализа информации для формирования возможных решений
Уровень 1	проводить сбор и анализ информации для формирования возможных решений
Уровень 1	навыками работы с информационными материалами разного назначения
ПК-4.2:Способен обосновывать решения с точки зрения достижения целевых показателей деятельности предприятий сферы торговли и услуг	

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Каналы сбыта и политика распределения
Поведение потребителей
Стратегический маркетинг
E-commerce
маркетинг в торговле и сервисе
Коммерческая деятельность в торговле
Деловые коммуникации
информационные системы в торговле и сервисе

Кооперационно–сетевые взаимодействия и бизнес–модели
Платформы и сервисы взаимодействия с потребителем на рынках B2B, B2C, B2G и B2B2C
Проектный анализ и управление e-commerce проектами
LEAN–технологии в торговле
Бизнес-планирование на предприятии торговли
Бизнес-процессы коммерческой деятельности торгового предприятия

Кросс-маркетинг
Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM):
организация продаж

1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	Семестр
		7
Общая трудоемкость дисциплины	3 (108)	3 (108)
Контактная работа с преподавателем:	0,56 (20)	0,56 (20)
занятия лекционного типа	0,28 (10)	0,28 (10)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия		
практикумы		
лабораторные работы	0,28 (10)	0,28 (10)
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	2,44 (88)	2,44 (88)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (Зачёт)		

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Теоретические аспекты концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций	3	0	3	34	ПК-12.1 ПК-12.2 ПК-4.1 ПК-4.2
2	Интегрированное использование инструментов маркетинговых коммуникаций	7	0	7	54	ПК-12.1 ПК-12.2 ПК-4.1 ПК-4.2
Всего		10	0	10	88	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Теоретические основы маркетинговых коммуникаций	1	0	0
2	1	Понятие ИМК	1	0	0
3	1	Цели и задачи построения ИМК	1	0	0
4	2	Реклама в системе ИМК	1	0	0
5	2	Роль стимулирования продаж в программах ИМК	1	0	0

6	2	PR-активность в системе ИМК	1	0	0
7	2	Интеграционные процессы в директ-маркетинге и организация личных продаж	1	0	0
8	2	Бренд в системе ИМК	2	0	0
9	2	Интернет-продвижение: новые возможности для ИМК	1	0	0
Всего			10	0	0

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Теоретические основы маркетинговых коммуникаций	1	0	0
2	1	Понятие ИМК	1	0	0
3	1	Цели и задачи построения ИМК	1	0	0
4	2	Реклама в системе ИМК	1	0	0
5	2	Роль стимулирования продаж в программах ИМК	1	0	0
6	2	PR-активность в системе ИМК	1	0	0
7	2	Интеграционные процессы в директ-маркетинге и организация личных продаж	1	0	0
8	2	Бренд в системе ИМК	2	0	0
9	2	Интернет-продвижение: новые возможности для ИМК	1	0	0
Всего			10	0	0

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Кузьмина О.Г., Посухова О.Ю.	Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика рекламы: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО□, 2018
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Христофоров А.В., Христофорова И. В.	Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновационные подходы: Монография	Москва: Издательский Центр РИО□, 2019

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Эффективность образовательных технологий зависит от активных методов обучения. Среди современных интерактивных методов обучения предусмотрены: лекции-презентации, учебные групповые дискуссии, методы анализа профессиональных ситуаций (кейсовая технология), деловые игры, ситуационные задачи и др. Активные методы носят элементы существенного приближения учебного процесса к практической профессиональной деятельности, тем самым способствуют формированию и оцениванию общекультурных и профессиональных компетенций обучающегося.

Формы организации учебного процесса по дисциплине:

1. Лекции.

Главная задача лекционных занятий по дисциплине - обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности к осуществлению аналитической деятельности, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

В процессе изложения учебного материала по дисциплине применяются следующие виды лекций:

1) Вводная лекция - дает первое целостное представление об

учебном предмете и ориентирует студента в системе работы по данному курсу. Основная цель - ознакомить студентов с назначением и задачами курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки бакалавров. Дается краткий обзор курса, имена известных ученых, излагаются перспективные направления исследований. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках курса, а также дается анализ учебно-методической литературы, рекомендуемой студентам, уточняются сроки и формы отчетности.

2) Лекция-информация. Данные лекционные занятия ориентированы на изложение и объяснение студентам научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию.

3) Проблемная лекция. На таких лекциях новое знание вводится через проблемность вопроса, задачи или ситуации. Содержание проблемы раскрывается путем организации поиска ее решения или суммирования и анализа традиционных и современных точек зрения.

4) Лекция-визуализация. Занятия представляют собой визуальную форму подачи лекционного материала с помощью аудио и видеотехники. Чтение лекций сводится к развернутому или краткому комментированию просматриваемых визуальных материалов (слайдов в виде схем, графиков, моделей).

2. Практические занятия по решению задач.

Практические занятия предназначены для углубленного изучения дисциплины. На практических занятиях идет осмысление теоретического материала, формируется умение убедительно формулировать собственную точку зрения, приобретаются навыки профессиональной деятельности.

Для успешного овладения приемами решения конкретных задач студенту предоставляется возможность предварительного ознакомления с методикой решения задач с помощью материалов по методике решения задач, содержащихся в лекциях. Далее студенту предлагаются типовые задачи, решение которых позволяет отработать стереотипные приемы, использующиеся при решении задач, осознать связь между полученными теоретическими знаниями и конкретными проблемами, на решение которых они направлены

3. Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия по дисциплине формируют исследовательский подход к изучению учебного материала.

4. Контроль качества знаний.

Представляет собой проверку результатов учебно-познавательной деятельности студентов в процессе изучения дисциплины.

Итоговый контроль знаний студентов включает экзамен (итоговая аттестация по дисциплине).

5. Самостоятельная работа студентов.

СРС по дисциплине включает самостоятельную работу с лекционным (теоретическим) материалом, подготовку к лабораторным или практическим работам, самостоятельную работу с литературой, информационными базами данных, и является необходимым этапом для освоения теоретических знаний.

Взаимосвязь аудиторной и самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины заключается в необходимости подготовки студентов к занятиям, включая дополнение текстов лекций по дисциплине, рассмотрение проблемных вопросов.

Минимальный удовлетворительный уровень знаний, приобретенных после изучения курса, предполагает прочное усвоение всех экономических категорий, их состава, назначения методов определения и применения, а также изучения их взаимосвязей в динамике. Высокий уровень усвоения содержания дисциплины требует системы знаний экономического кругозора, умения использования рыночных категорий, в изучении процессов и взаимосвязей в практике.

В качестве промежуточного контроля знаний по дисциплине рекомендуется использовать:

- контрольные работы;
- письменные домашние задания;
- расчетно-аналитические задания;
- подготовка докладов выступлений по проблемным вопросам;
- промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	Перечень программного обеспечения
9.1.2	Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP). Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный. Офисный пакет приложений, для операционных систем Microsoft Windows.
9.1.3	ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users.. Лицсертификат
9.1.4	EAV-0189835462 от 10.04.2017. Средство антивирусной защиты
9.1.5	Kaspersky Endpoint Security. Лицсертификат 2462–170522–081649–547–546 от 22.05.2017. Средство антивирусной защиты
9.1.6	

9.1.7	Перечень программного обеспечения находящегося в свободном доступе
9.1.8	Google Chrome, Yandex, Mozilla FireFox, Opera. Архиватор
9.1.9	zip, winrar. Программа для создания презентаций
9.1.1 0	Power Point MS Office
9.1.1 1	ABBYY FineReader. Сетевая программа распознавания текста

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Перечень информационных технологий:
9.2.2	Информационная платформа LMS «Moodle»: Образовательный портал СФУ построенный на информационной платформе LMS Moodle и доступный по адресу e.sfu-kras.ru из любой точки, имеющей подключение к сети Интернет Ссылка на курс: https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=15825
9.2.3	Электронно-библиотечные системы: Обеспечивается доступ к электронно-библиотечным системам издательств, например, ЭБС издательства «Лань», «Инфра-М», издательского дома «Гребенников»
9.2.4	Студентам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:
9.2.5	Российские электронные научные журналы и базы данных
9.2.6	ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам: http://window.edu.ru/
9.2.7	Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): http://elibrary.ru
9.2.8	Университетская библиотека онлайн: www.biblioclub.ru
9.2.9	ЭБ Издательского дома «Гребенников»: http://grebennikon.ru
9.2.1 0	Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: http://dvs.rsl.ru (доступ к полному тексту), http://diss.rsl.ru (доступ к каталогу)

10 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 бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

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

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

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