

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

Б1.В.14 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 Торговое дело

Форма обучения

очная

Год набора

2022

Красноярск 2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

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

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
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	
ПК-16: Способен проводить исследования в информационно-коммуникационной сети "Интернет"	

ПК-16.1: способен проводить мониторинг конкурентов в информационно-	
коммуникационной сети "Интернет"	
ПК-16.2: способен проводить исследование и мониторинг пользователей в информационно-коммуникационной сети "Интернет"	
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	

1.4 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)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	1 (36)	
занятия лекционного типа	0,5 (18)	
лабораторные работы	0,5 (18)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1 (36)	
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	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							2	
2. Интегрированное использование инструментов маркетинговых коммуникаций									
	1. Реклама в системе ИМК	2							
	2. Реклама в системе ИМК					2			
	3. Реклама в системе ИМК							2	

4. Роль стимулирования продаж в программах ИМК	2							
5. Роль стимулирования продаж в программах ИМК					2			
6. Роль стимулирования продаж в программах ИМК							2	
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							2	
13. Бренд в системе ИМК	2							
14. Бренд в системе ИМК					2			
15. Бренд в системе ИМК							2	
16. Интернет-продвижение: новые возможности для ИМК	2							
17. Интернет-продвижение: новые возможности для ИМК					2			
18. Интернет-продвижение: новые возможности для ИМК							2	
Всего	18				18		36	

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. 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. Перечень информационных технологий:
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>
3. Электронно-библиотечные системы: Обеспечивается доступ к электронно-библиотечным системам издательств, например, ЭБС издательства «Лань», «Инфра-М», издательского дома «Гребенников»
4. Студентам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:
5. Российские электронные научные журналы и базы данных
6. ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам: <http://window.edu.ru/>
7. Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <http://elibrary.ru>
8. Университетская библиотека онлайн: www.biblioclub.ru
9. ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <http://grebennikon.ru>

10. Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: <http://dvs.rsl.ru> (доступ к полному тексту), <http://diss.rsl.ru> (доступ к каталогу)

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 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).