

## **АННОТАЦИЯ**

### **Дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Интегрированные маркетинговые коммуникации»**

**Объем трудоемкости:** 3 зачетные единицы (108 ч., из них для студентов ЗФО: 26,3 ч. – контактной работы: лекционных – 8 ч., практических – 18 ч., иной контактной работы – 0,3ч. (в том числе промежуточная аттестация 0,3 ч.); контроль – 8,7 ч.; самостоятельной работы – 73 ч.)

**Цель дисциплины:** освоение студентами теоретических и прикладных основ интегрированных маркетинговых коммуникаций, способных позволить студенту самостоятельно использовать свой интеллектуальный и творческий потенциал для проведения самостоятельных исследований разработки проектов в данной области.

Курс призван ориентировать обучающихся на развитие способностей к проведению самостоятельных исследований в области маркетинговых коммуникаций, приобретения опыта в сфере принятия управленческих решений и анализа уровня управления маркетинговыми коммуникациями предприятия. Особое значение придается изучению направлений, форм и методов совершенствования системы управления маркетингом и практического применения инструментария маркетинговых коммуникаций в целях улучшения экономических результатов фирмы.

#### **Задачами дисциплины:**

- приобретение навыков осуществления научного исследования в области интегрированных маркетинговых коммуникаций и умений придавать исследованию форму научного отчета;
- ознакомление с теоретическими основами маркетинговых коммуникаций и современными подходами к организации коммуникативного процесса;
- приобретение знаний по научным основам организации интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- умение исследовать и характеризовать основным средствам маркетинговых коммуникаций;
- исследование особенности коммуникационной деятельности современного предприятия, осуществляемые в его внешней и внутренней среде;
- изучение предпосылки особенности раздельного и интегрированного применения средств маркетинговых коммуникаций для решения маркетинговых целей фирмы;
- формирование профессиональных установок и навыков использования инструментария маркетинговых коммуникаций для эффективного воздействия на целевые аудитории.

#### **Место дисциплины в структуре ООП ВО**

Дисциплина «Интегрированные маркетинговые коммуникации» входит в «Дисциплины по выбору» Блока Б1 – «Вариативная часть», учебного плана по направлению Экономика. Профиль «Экономика фирмы и отраслевых рынков». Предназначена для студентов 2 курса магистратуры ЗФО, (6 курс).

Курс «Интегрированные маркетинговые коммуникации» базируется на знаниях, полученных студентами в рамках освоения основ экономической теории, микроэкономики, организационного развития, менеджмента, маркетинга.

Дисциплина «Интегрированные маркетинговые коммуникации» в свою очередь, дает знания и умения, которые являются необходимыми для усвоения следующих дисциплин: «Международный маркетинг», «Внешнеэкономическая деятельность фирмы», «Бизнес-планирование» и др.

### Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных и профессиональных* компетенций (ОК-3, ПК-3.)

| № п.п. | Индекс компетенции | Содержание компетенции (или её части)                                            | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        |                    |                                                                                  | знать                                                                                                                              | уметь                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | владеть                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 1.     | ОК-3               | готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала | содержание основных этапов процесса маркетинговых коммуникаций. виды коммуникационных систем и характеристики источников послания. | Самостоятельно развивать свои знания при определять задачи маркетинговых коммуникаций и находить наиболее оптимальные пути их решения; раскрыть свой творческий потенциал при разработке сценариев применения маркетинговых коммуникаций и выбора средств информации интегрированных маркетинговых коммуникаций; раскрыть готовность к самореализации и творческий потенциал при использовании интегрированного подхода при реализации МК; проводить анализ полученных данных и раскрыть готовность к самореализации и творческий потенциал при разработке обоснованных предложений по совершенствовани | Творческим потенциалом и опытом сбора необходимой информации для анализа маркетинговой коммуникационной стратегии фирм. Опыт саморазвития, самореализации и навыками проведения кабинетных и полевых исследований по проблемам маркетинговых коммуникаций. |

| №<br>п.п. | Индекс<br>компете<br>нции | Содержание<br>компетенции (или её<br>части)                                                                    | В результате изучения учебной дисциплины<br>обучающиеся должны                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|           |                           |                                                                                                                | знать                                                                                                                                                                                                                                                                                         | уметь                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | владеть                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|           |                           |                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                               | ю процесса МК<br>фирмы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 2         | ПК-3                      | способность<br>проводить<br>самостоятельные<br>исследования в<br>соответствии с<br>разработанной<br>программой | сущность<br>маркетинговых<br>коммуникаций<br>(МК).<br>роль и место<br>маркетинговых<br>коммуникаций в<br>системе<br>маркетинга-<br>микс.<br>достоинства<br>интегрированны<br>х маркетинговых<br>коммуникаций<br>(ИМК) и знать<br>как связаны<br>между собой<br>задачи<br>маркетинга и<br>ИМК. | проводить<br>самостоятельные<br>исследования<br>источников<br>запланированных<br>и<br>незапланированны<br>х обращений.<br>оценивать<br>внешние условия,<br>в которых<br>реализуются<br>маркетинговые<br>коммуникации<br>предприятия.<br>проводить<br>самостоятельные<br>исследования и<br>оценивать<br>организационную<br>структуру фирмы<br>и определять ее<br>соответствие с<br>целям<br>маркетинговых<br>коммуникаций.<br>проводить<br>самостоятельные<br>исследования и<br>определять<br>наиболее важные<br>для фирмы<br>целевые<br>аудитории. | специальной<br>маркетинговой<br>терминологией<br>на<br>профессиональ<br>ном уровне для<br>проведения<br>самостоятельн<br>ых<br>исследований;<br>опытом<br>профессиональ<br>ной<br>аргументации<br>при<br>обсуждении<br>выводов и<br>рекомендаций<br>по результатам<br>проведенных<br>самостоятельн<br>ых<br>исследований;<br>опытом оценки<br>эффективности<br>различных<br>типов<br>маркетинговых<br>коммуникацио<br>нных<br>обращений,<br>исследованных<br>самостоятельно<br>.. |

### Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые на 6 курсе ЗФО

| №<br>разд<br>ела | Наименование разделов | Количество часов |                      |    |    |                           |
|------------------|-----------------------|------------------|----------------------|----|----|---------------------------|
|                  |                       | Всего            | Аудиторная<br>Работа |    |    | Самостоятельная<br>работа |
|                  |                       |                  | Л                    | ПЗ | ЛР |                           |
| 1                | 2                     | 3                | 4                    | 5  | 6  | 7                         |

|              |                                                                                             |            |          |           |   |           |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------|-----------|---|-----------|
| 1.           | Раздел 1. Маркетинговые коммуникации и их интегрированное применение.                       | 11         | 2        | -         | - | 9         |
| 2.           | Раздел 2. Инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций.                           | 11         | 2        | -         | - | 9         |
| 3.           | Раздел 3. Процесс маркетинговой коммуникации                                                | 11         | 2        | -         | - | 9         |
| 4.           | Раздел 4. Маркетинговая среда фирмы и маркетинговые коммуникации                            | 13         | -        | 4         | - | 9         |
| 5.           | Раздел 5. Реклама                                                                           | 8          | -        | 2         | - | 6         |
| 6.           | Раздел 6. Стимулирование сбыта                                                              | 8          | -        | 4         | - | 6         |
| 7.           | Раздел 7. Связи с общественностью                                                           | 8          | -        | 2         | - | 6         |
| 8.           | Раздел 8. Коммуникации с использованием прямого маркетинга                                  | 8          | -        | 2         | - | 6         |
| 9.           | Раздел 9. Личные продажи                                                                    | 6          | -        | 2         | - | 4         |
| 10.          | Раздел 10. План маркетинга и план маркетинговых коммуникаций                                | 5          | 2        | -         | - | 3         |
| 11.          | Раздел 11. Правовая, этическая и общемировая среда осуществления маркетинговых коммуникаций | 9          | -        | 2         |   | 6         |
| 12.          | Контроль. Подготовка и сдача экзамена                                                       | 9          |          |           |   |           |
| <b>ИТОГО</b> |                                                                                             | <b>108</b> | <b>8</b> | <b>18</b> |   | <b>73</b> |

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

**Курсовые работы:** не предусмотрены

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** экзамен

**Основная литература:**

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - DOI: <https://doi.org/10.12737/01756-2>

2. Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновационные подходы : монография / А.В. Христофоров, И.В. Христофорова, А.Е. Суглобов [и др.]; под ред. д-ра экон. наук, проф А.Е. Суглобова. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 159 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; URL: <http://www.znaniyum.com>]. — (Научная мысль). — <https://doi.org/10.12737/13266>.

3. Романова, Ю.В. Исследование и формирование комплекса маркетинговых коммуникаций для организаций дополнительного профессионального образования [Электронный ресурс] : монография / Ю.В. Романова. — Электрон. дан. — Кемерово : КеМГУ, 2017. — 188 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/102685>

Автор РПД:

Старкова Н.О., канд. экон. наук, доц.  
Клещева Ю.С., канд. экон наук, доц