

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Ушвицкий Лев Исакович
 Должность: и.о. директора Института экономики и управления
 Дата подписания: 30.05.2023 16:09:25
 Уникальный программный ключ:
 46f7031a7046958fdb4e91f81e17726331d25a8

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	Интегрированные маркетинговые коммуникации
Краткое содержание	Система маркетинговых коммуникаций. Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций. Связи с общественностью – Public Relations, PR. Разработка рекламного и PR-обращения. Выставки и ярмарки. Стимулирование продаж и сбыта. Личная продажа, прямой и Интернет-маркетинг. Информационное обеспечение маркетинговых коммуникаций. Планирование маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
Результаты освоения дисциплины	- используя знания системы маркетинговых исследований, способен к практическому проведению мероприятий маркетинговых коммуникаций и принятия решений по управлению ими на основе полученных результатов. - посредством знания особенностей по разработке стратегии маркетинговых коммуникаций, направленных на расширения внешних связей и обмена опытом, при реализации проектов развития организации и удовлетворения потребностей клиентов, способен к постановке рыночных целей маркетинговых проектов.
Трудоемкость, з.е.	3
Формы отчетности	Зачет Реферат
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Амеличкин, А. В. Маркетинговые коммуникации в социально-культурной сфере Электронный ресурс / Амеличкин А. В. : учебное пособие для бакалавров. - 2-е изд., доп. - Орел : ОГИИК, 2018. - 131 с. - ISBN 978-5-905436-19-2, экземпляров неограничено 2. Дубровина, Н. А. Маркетинговые коммуникации Электронный ресурс / Дубровина Н. А., Ряжева Ю. И. : учеб. пособие. - Самара : СамГУ, 2019. - 88 с. - Рекомендовано редакционно-издательским советом федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева» в качестве учебного пособия для обучающихся по основной образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. - ISBN 978-5-7883-1456-3, экземпляров неограничено
Дополнительная литература	1. Лужнова, Н. В. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / Н.В. Лужнова ; Министерство образования и науки Российской Федерации ; Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2016. - 141 с. : табл. - http://biblioclub.ru/. - ISBN 978-5-7410-1643-5, экземпляров неограничено 2. Лямзин, О. Л. Маркетинговые коммуникации Электронный ресурс / Лямзин О. Л. : учеб. пособие. - Новосибирск : НГТУ, 2016. - 60 с. - Утверждено Редакционно-издательским советом университета в качестве учебного пособия. - ISBN 978-5-7782-3115-3, экземпляров неограничено 3. Мазилкина, Е.И. Маркетинговые коммуникации Электронный ресурс : учебное пособие / Е.И. Мазилкина. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр

	Медиа, 2016. - 256 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-394-01865-7, экземпляров неограничено 4. Интегрированные маркетинговые коммуникации Электронный ресурс : учебник / В.В. Синяев / О.Н. Романенкова / В.М. Маслова / И.М. Синяева ; ред. И.М. Синяева. - Интегрированные маркетинговые коммуникации, 2020-10-10. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 504 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-238-02309-0, экземпляров неограничено 5. Кметь, Е.Б. Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление Электронный ресурс : учебник / Е.Б. Кметь. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2016. - 183 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-9908055-3-8, экземпляров неограничено
--	---