

## **ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

В условиях рыночной экономики и растущей конкуренции любая компания заинтересована в том, чтобы достичь внимания потенциальных покупателей. И наиболее эффективным методом достижения такой цели является комбинированное использование способов презентации товара и инструментов обратной связи с потребителем. Целью курса является знакомство и освоение студентами основных принципов комплекса интегрированных маркетинговых технологий, направленных на позиционирование и продвижение товаров и услуг на рынке, которые включают рекламу, связи с общественностью, стимулирование сбыта, и интернет-коммуникации. формирование понимания специфики коммуникации в современном обществе и современной экономике, формирование понимания места и значения корпоративных, а также внешних коммуникаций, приобретение студентами теоретических знаний о закономерностях построения интегрированной коммуникационной системы и навыков их реализации на практике.

В результате обучения студент должен:

- знать особенности процесса построения интегрированных коммуникаций;
- знать основные понятия и модели построения интегрированных коммуникаций;
- понимать функции и принципы построения интегрированных коммуникаций;
- знать правовые и этические основы применения интегрированных коммуникаций;
- уметь под контролем реализовывать ресурсное обеспечение коммуникационного процесса по формированию интегрированного подхода;
- уметь применять инструменты и технологии интегрированной системы коммуникаций для повышения конкурентоспособности участников процесса;
- понимать социально-психологическое и экономическо-рыночное влияние применение интегрированных коммуникаций.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.