**Содержание дисциплины «Маркетинговые коммуникации»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов** |
|
| 1 | **Маркетинговые коммуникации** 1.Сущность маркетинговых коммуникаций и их элементы.1. Модель процесса коммуникации.
2. Выявление целевой аудитории.
3. Выбор обращения.
4. Выбор средств распространения информации.

 6. Учет потока обратной связи. |
| 2 | **Маркетинговое мышление и стратегия коммуникаций**1. Отражение маркетингового мышления в маркетинговых коммуникациях
2. Коммуникационная стратегия
3. Интегрированные маркетинговые коммуникации
4. Этапы разработки коммуникаций
5. Цели проведения коммуникационной политики промышленными предприятиями
 |
| 3 | **Реклама** 1. Определение рекламы.
2. Функции рекламы.
3. Цели рекламы.

 4. Преимущества и недостатки рекламы |
| 4 | **Средства распространения рекламы**1. Средства распространения рекламы
2. Принципы формирования рекламного сообщения
3. Жизненный цикл товара и рекламы
 |
| 5 | **Разработка рекламного бюджета**1. Факторы, влияющие на размер рекламного бюджета
2. Методы исчисления величины рекламного бюджета
 |
| 6 | **Форы оценки эффективности коммуникаций**1. Эффективность носителей
2. Исследования эффективности рекламы
 |
| 7 | **Теоретические основы паблик рилейшнз**1. Определения РR.1. Цель и составляющие РR.
2. Философия РR.

Законы успешного общения по Блэку.1. РR и пропаганда.
2. Выявление «своей» общественности.
3. Корпоративная и социальная ответственность.
4. Внимание к проблемам.
5. Постановка целей и разработка программы.
6. Проблема статуса.
7. Оценка результатов.
8. Этические проблемы.

 12. Реклама и РR.  |
| 8 | **Стимулирование сбыта**1 Суть и особенности стимулирования сбыта Его преимущества и недостатки.1. Цели стимулирования сбыта.
2. Программа стимулирования сбыта.

 4 Оценка результатов реализации программы стимулирования сбыта. |
| 9 | **Деловое общение как элемент коммуникации**1 Визитная карточка.2 Основные правила и элементы делового этикета.3 Этикет, соблюдаемый в деловой переписке4 Оформление делового приема 5 Переговоры в коммерческом маркетинге |
| 10 | **Личные продажи**1. История профессии торговых агентов.
2. Продажа в системе отношений обмена.
3. Содержание и организация прямых продаж.
4. Формирование стратегии персональных продаж
5. Технология организации рекламы товаров при прямых продажах
6. Продажа по телефону.
7. Торговый агент как профессия.
8. Динамика торговли.
 |
| 11 | **Сетевой маркетинг как вид продажи**1. История сетевого маркетинга. 2. Основное содержание сетевого маркетинга. 3. Способы зарабатывания денег в сетевом маркетинге.  4. Особенности сетевого маркетинга. 5. Процесс осуществления сетевого маркетинга |
| 12 | **Выставки, ярмарки, аукционы**1.Ярмарки и выставки: история, понятие и сущность.2. Цели участия в ярмарке и выставке.3. Карнеты АТА.4. Планирование проведения выставки.5. Оформление выставочного стенда.6.Экономика, эффективность и конкурентоспособность ярмарочно-выставочной деятельности.7. Аукционы, тендеры, конкурсы – понятие и сущность8. Организация и технология проведения аукционов. 9. Торговые дома.  |
| 13 | **Маркетинговые коммуникации (мерчандайзинг)**1. Понятие, цели и задачи мерчандайзинга.
2. Методы продажи товаров на основе мерчандайзинга.

 3. Планирование торгового зала и выкладки товаров. |
| 14 | **Планирование и организация маркетинговых коммуникаций**1. Механизм планирования системы маркетинговых коммуникаций.
2. Стратегия коммуникаций в маркетинге. Подходы по их разработке.
3. Методология разработки коммуникационных программ.

 4. Организационная структура управления маркетинговыми коммуникациями |