

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ЛЕКЦИЙ
 для студентов специальности 6-0504-12-04 Маркетинг
 факультета бизнеса и права
 по учебной дисциплине
 «ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

№ п.п.	Тема	Кол-во часов
1	Раздел 1	28
1.1	Теоретические основы интегрированных маркетинговых коммуникаций	4
1.2	Внешние условия реализации интегрированных маркетинговых коммуникаций	2
1.3	Основы планирования коммуникативной деятельности	2
1.4	Типы сообщений и инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций	2
1.5	Реклама как составляющая комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций	6
1.6	Связи с общественностью как основа клиентоориентированного подхода в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	6
1.7	Стимулирование сбыта, прямой маркетинг и личные продажи в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	6
2	Раздел 2	24
2.1	Фирменный стиль и брендинг как основа интегрированных маркетинговых коммуникаций	4
2.2	Основные каналы интегрированных маркетинговых коммуникаций и продаж	4
2.3	Использование современных средств интегрированных маркетинговых коммуникаций: психологический и социальный аспект	4
2.4	Инновационные технологии и инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций	4
2.5	Технологии CRM как основа современных коммуникаций клиентоориентированного маркетинга	–
2.6	Интегрированные маркетинговые коммуникации аутсорсинга как резерв эффективного бизнеса	2
2.7	Стратегия управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями	4
2.8	Системодополняющее взаимодействие интегрированных маркетинговых коммуникаций	2
	Всего	52

Составил

П.Б. Любецкий

Заведующий кафедрой

В.Н. Редько

