

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
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	32
1.1	Теоретические основы интегрированных маркетинговых коммуникаций	–
1.2	Внешние условия реализации интегрированных маркетинговых коммуникаций	4
1.3	Основы планирования коммуникативной деятельности	4
1.4	Типы сообщений и инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций	6
1.5	Реклама как составляющая комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций	8
1.6	Связи с общественностью как основа клиентоориентированного подхода в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	4
1.7	Стимулирование сбыта, прямой маркетинг и личные продажи в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	6
2	Раздел 2	20
2.1	Фирменный стиль и брендинг как основа интегрированных маркетинговых коммуникаций	2
2.2	Основные каналы интегрированных маркетинговых коммуникаций и продаж	4
2.3	Использование современных средств интегрированных маркетинговых коммуникаций: психологический и социальный аспект	2
2.4	Инновационные технологии и инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций	2
2.5	Технологии CRM как основа современных коммуникаций клиентоориентированного маркетинга	4
2.6	Интегрированные маркетинговые коммуникации аутсорсинга как резерв эффективного бизнеса	2
2.7	Стратегия управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями	2
2.8	Системодополняющее взаимодействие интегрированных маркетинговых коммуникаций	2
	Всего	52

Составил

П.Б. Любецкий

Заведующий кафедрой

В.Н. Редько

