

ТЕМАТИКА ДОКЛАДОВ И РЕФЕРАТОВ НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ
для студентов специальности 6-0504-12-04 Маркетинг
факультета бизнеса и права
по учебной дисциплине
«ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

Тема 1. Теоретические основы интегрированных маркетинговых коммуникаций

Этапы формирования маркетинговых коммуникаций во второй половине XX - начале XXI вв.

Источники: Дурович, Гришко «Интегрированные маркетинговые коммуникации», Интернет-ресурсы

Тема 2. Внешние условия реализации интегрированных маркетинговых коммуникаций

Эволюция концепций маркетинга в интегрированных коммуникациях с ориентацией на объект бизнеса как основной источник дохода

Источники: Дурович, Гришко «Интегрированные маркетинговые коммуникации», Интернет-ресурсы

Тема 2. Внешние условия реализации интегрированных маркетинговых коммуникаций

Авторский подход Рея Хейберта к определению референтных групп

Источники: Дурович, Гришко «Интегрированные маркетинговые коммуникации», Интернет-ресурсы

Тема 3. Основы планирования коммуникативной деятельности

Модель интегрированных маркетинговых коммуникаций по Дж. Бернету и С. Мориарти: достоинства и недостатки модели

Источники: интернет-ресурсы

Тема 3. Основы планирования коммуникативной деятельности

Модель PESO и ее особенности (Paid, Earned, Shared, Owned)

Источники: интернет-ресурсы

Тема 3. Основы планирования коммуникативной деятельности

Модель SOSTAC в стратегическом планировании

Источники: интернет-ресурсы

Тема 6. Связи с общественностью как основа клиентоориентированного подхода в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций

Модель PENCILS Ф. Котлера

Источники: интернет-ресурсы



Тема 8. Фирменный стиль и брендинг как основа интегрированных маркетинговых коммуникаций

Agile-маркетинг, его сущность, значение и принципы

Источники: интернет-ресурсы

Тема 8. Фирменный стиль и брендинг как основа интегрированных маркетинговых коммуникаций

Уникальное торговое предложение (УТП)

Источники: интернет-ресурсы

Тема 8. Фирменный стиль и брендинг как основа интегрированных маркетинговых коммуникаций

Представление организации на брифинге, семинаре, пресс-конференции, круглом столе и т.п. Фирменные презентации, корпоративные фильмы

Источники: интернет-ресурсы

Тема 9. Основные каналы интегрированных маркетинговых коммуникаций и продаж

Мировые тенденции в области использования каналов интегрированных маркетинговых коммуникаций

Источники: интернет-ресурсы

Тема 10. Использование современных средств интегрированных маркетинговых коммуникаций: психологический и социальный аспект

Шесть принципов влияния Р. Чалдини

Источники: интернет-ресурсы

Тема 10. Использование современных средств интегрированных маркетинговых коммуникаций: психологический и социальный аспект

Механизмы декодирования по О. А. Гулевич: категоризация и имитация

Источники: интернет-ресурсы

Тема 10. Использование современных средств интегрированных маркетинговых коммуникаций: психологический и социальный аспект

Подсистемы невербальной коммуникации

Источники: интернет-ресурсы

Тема 10. Использование современных средств интегрированных маркетинговых коммуникаций: психологический и социальный аспект

Исследования ученых (Г. Эббингауз, Б. В. Зейгарник) по изучению памяти в рамках интегрированных маркетинговых коммуникаций

Источники: интернет-ресурсы



Тема 11. Инновационные технологии и инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций

Партизанский маркетинг как технология интегрированных маркетинговых коммуникаций

Источники: интернет-ресурсы

Тема 11. Инновационные технологии и инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций

«Product placement» как технология интегрированных маркетинговых коммуникаций

Источники: интернет-ресурсы

Тема 11. Инновационные технологии и инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций

Имидж-мейкинг как технология интегрированных маркетинговых коммуникаций

Источники: интернет-ресурсы

Тема 12. Технологии CRM как основа современных коммуникаций клиентоориентированного маркетинга

Механизм формирования лояльности на предприятии

Источники: интернет-ресурсы

Тема 13. Интегрированные маркетинговые коммуникации аутсорсинга как резерв эффективного бизнеса

Фулфилмент и его особенности

Источники: интернет-ресурсы

Тема 14. Стратегия управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями

Эволюция философии интегрированных маркетинговых коммуникаций от традиционных 4P до современных 12P. Модели 4P, 5P, 5P+1S, 7P, 12P, 4C, 4A, 4E, SIVA, 2P+2C+3S

Источники: интернет-ресурсы

Тема 14. Стратегия управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями

Разработка стратегий интегрированных маркетинговых коммуникаций на основе сегментирования.

Источники: интернет-ресурсы



Тема 15. Системодополняющее взаимодействие интегрированных маркетинговых коммуникаций

Отличия системных интегрированных маркетинговых коммуникаций по А.В. Попову

Источники: интернет-ресурсы

Тема 15. Системодополняющее взаимодействие интегрированных маркетинговых коммуникаций

Мировые тенденции развития рекламного рынка

Источники: интернет-ресурсы

Тема 15. Системодополняющее взаимодействие интегрированных маркетинговых коммуникаций

Технология рекламного планирования Influencer-маркетинга

Источники: интернет-ресурсы

