

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.3 «Инновационные маркетинговые коммуникации»

наименование дисциплин (модуля)/практики

Автор: Д.э.н., профессор, Философова Татьяна Георгиевна

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.06 Торговое дело
"Международная торговля на региональных и мировых рынках"

Квалификация (степень) выпускника: Магистратура

Форма обучения: Очная

Цель освоения дисциплины:

Целью дисциплины «Инновационные маркетинговые коммуникации» является формирование у студентов системы знаний о современных коммуникационных технологиях компаний в рамках осуществления внешнеэкономической деятельности

Задачами дисциплины является освоение студентами основ теории и практики разработки и применения инновационных маркетинговых коммуникаций при проведении внешнеторговых операций. На решение этой цели нацелено проведение лекционных и семинарских занятий, а также самостоятельная работа студентов.

План курса:

Тема 1. Понятие, сущность и функции коммуникаций. Инновационные маркетинговые коммуникации, причины и предпосылки развития

Тема 2. Место инновационных коммуникаций в маркетинге Структура инновационных маркетинговых коммуникаций.

Тема 3. Международный опыт и перспективы использования инновационных маркетинговых коммуникациях

Тема 4. Планирование инновационных маркетинговых коммуникаций и оценка эффективности

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля успеваемости: опрос, доклад, реферат, курсовой проект.

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенции на уровне данной дисциплине: экзамен.

Основная литература:

1. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие/ Е.И. Мазилкина— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 256 с.— Режим доступа:

2. Алексунин В.А. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: практикум/ В.А. Алексунин, Е.В. Дубаневич, Е.Н. Скляр— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 194 с.— Режим доступа:

3. Кметь Е.Б. Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление [Электронный ресурс]: учебник для магистров/ Е.Б. Кметь— Электрон. текстовые

д
а
н
н
ы
е
.
—