|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | |
| **Интегрированные маркетинговые коммуникации** | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки | 38.03.07 | Товароведение |
| Направленность (профиль) | Управление закупками и качеством товаров | |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года | |
| Форма обучения | очно-заочная | |

* + - 1. Учебная дисциплина «Интегрированные маркетинговые коммуникации»изучается в десятом семестре.
      2. Курсовая работа *-* не предусмотрена

## Форма промежуточной аттестации

* + - 1. экзамен
      2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП
      3. Учебная дисциплина «Интегрированные маркетинговые коммуникации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

* + - 1. Целями изучения дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации» являются:
      2. - получение знаний по дисциплине для обучающихся по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение, одинаково значимых для всех направлений укрупненной группы подготовки бакалавров 38.00.00, независимо от наименования направления подготовки;
      3. - приобретение обучающимся целостных, систематизированных знаний о интегрированных маркетинговых коммуникациях;
      4. - формирование у обучающихся навыков осуществления маркетинговых коммуникаций;
      5. - формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.
      6. Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора**  **достижения компетенции** |
| --- | --- |
| УК-5  Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | ИД-УК-5.3  Применение способов преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач; |
| ИД-УК-5.4  Применение принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции; |
| ПК-1  Способен анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству, тенденций спроса, моды, новых технологий производства | ИД-ПК-1.1  Проведение мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок: сбор данных о поставщиках потребительских товаров; сбор и анализ информации о ценах на товары, работы, услуги |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очно-заочной форме обучения – | 4 | **з.е.** | 144 | **час.** |