|  |
| --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ****УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **Интегрированные маркетинговые коммуникации**  |
| Уровень образования  | бакалавриат |
| Направление подготовки | 43.03.01 Сервис |  |
| Направленность (профиль) | Управление сервис-процессами в сфере обслуживания |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года |
| Форма обучения | очная |

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

## Форма промежуточной аттестации

* + - 1. зачет
			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. - приобретение обучающимся целостных, систематизированных знаний о интегрированных маркетинговых коммуникациях;
			3. - формирование у обучающихся навыков осуществления маркетинговых коммуникаций;
			4. - формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.
			5. 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** |
| --- | --- |
| ПК-1Способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя | ИД ПК 1-3Осуществление конструктивного общения с коллегами, руководством, клиентами, организация совместной деятельности в составе рабочих групп |
| ПК-2Способен к предоставлению услуг в условиях непосредственного взаимодействия с потребителями, партнерами, организациями | ИД-ПК-2.1Осуществление делового общения и бизнес-коммуникаций, их особенности в зависимости от характеристик бизнеса |
| ИД-ПК-2.2Применение теоретических положений и учет особенностей деятельности различных предприятий сервиса в условиях непосредственного взаимодействия с потребителями |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения – | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |