

ББК С524.224.67я7

Б799

Рецензент - И.П. Полякова, д-р филос. наук, проф.

Большунова, Т.В.

Б799 Интегрированные маркетинговые коммуникации в туризме [Текст]: методические указания к семинарским занятиям по курсу «Интегрированные маркетинговые коммуникации в туризме» / Т.В. Большунова. – Липецк: Изд-во Липецкого государственного технического университета, 2016. – 24 с.

В методических указаниях представлены планы семинарских занятий, вопросы для обсуждения, темы рефератов и докладов, практические задания, литература по изучаемым темам.

Методические указания предназначены для студентов направления «Туризм» и специальностей, изучающих дисциплины «Маркетинг» и «Маркетинговые коммуникации».

Соответствуют рабочей программе по курсу «Интегрированные маркетинговые коммуникации в туризме».

© ФГБОУ ВПО «Липецкий
государственный
технический
университет», 2016

Цель дисциплины - формирование у студентов профессиональных компетенций в области интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК), изучение закономерностей развития и специфики отдельных средств ИМК для достижения намеченных социально-коммерческих результатов.

В процессе изучения дисциплины необходимо решить следующие задачи:

- овладение теоретическими основами интегрированных маркетинговых коммуникаций; знаниями эффективного медиапланирования, его стратегий и тактик; исходными принципами функционирования института средств интегрированных маркетинговых коммуникаций в современном социуме;

- приобретение навыков в определении специфики организации электронной продажи, стратегии позиционирования, социальных коммуникаций сферы бизнеса (фандрайзинг); в рассмотрении роли рекламы и PR в структуре масс-медиа, включая новейшие информационные каналы;

- усвоение основных навыков, необходимых современным специалистам в области коммуникаций; системы функционирования современных коммуникаций, стимулирования сбыта и продаж в комплексе ИМК.

СОДЕРЖАНИЕ

Тема 1. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК) как социальный институт и вид бизнеса	7
Тема 2. Модели восприятия и стратегии коммуникаций	8
Тема 3. Исследования аудитории ИМК и продвижение товара	9
Тема 4. Средства управления продвижением товара	9
Тема 5. Характеристики системы ИМК и вспомогательные рекламоносители .	10
Тема 6. Коммуникационная компания	11
Тема 7. Реклама в системе интегрированных коммуникаций	12
Тема 8. PR – связи с общественностью	13
Тема 9. Личные продажи	14
Тема 10. Директ-маркетинг	15
Тема 12. Стимулирование сбытовой деятельности	16
Тема 13. Оценка эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций.....	19
Тема 14. Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности	19
Тема 15. Бюджетирование в ИМК.....	20
Примерный перечень вопросов к экзамену	20
Примерный список тем рефератов	21
Тематика курсовых работ	22
Библиографический список.....	24