**АННОТАЦИЯ**

**Учебной дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет»**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль подготовки:** «Работа с социальными медиа»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, очно-заочная

**Год/годы и семестр/семестры обучения:** 2-й семестр 3-го года обучения

**Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет» входит в вариативную часть ООП бакалавриата. Курс «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Производственная практика: практика в профессиональной сфере», «Основы интегрированных коммуникаций», ГИА.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетных единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современного ПО и облачных сервисов (Microsoft Office 2013, Google Drive).

Основной **целью** дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации» является формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для осуществления интегрированных маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.

Задачи дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации» заключаются:

* в формировании базовых знаний о специфике интегрированных маркетинговых коммуникаций;
* в знании студентами основ практических умений осуществления интегрированных маркетинговых коммуникаций в сети Интернет;
* в овладении студентами основами проведения маркетинговых исследований в сети Интернет для формирования комплексной стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций в Интернет;
* в формирование навыков самообразования и профессионального совершенствования в ходе изучения новых электронных коммуникационных сервисов и работы с ними.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **профессиональные компетенции**:

- ПК-9 - способность проводить маркетинговые исследования;

- СПК-2 - способность оптимально использовать Интернет-ресурсы в интегрированных маркетинговых коммуникациях организации.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

***Форма итогового контроля:*** дифференцированный зачет.