

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))

АННОТАЦИЯ К
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Интегрированные маркетинговые коммуникации в транспортной
отрасли

Направление подготовки: 38.03.02 – Менеджмент

Направленность (профиль): Маркетинг и рыночная аналитика

Форма обучения: Очная

Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью дисциплины является формирование у обучающихся способности выстраивать единую, согласованную систему маркетинговых коммуникаций транспортных организаций, при которой все каналы и инструменты взаимодействия с клиентами работают в унисон, создавая целостный и устойчивый образ бренда на основе маркетинговых исследований и с применением современных информационных технологий.

Задачи дисциплины

Освоить теоретические основы и методологию интегрированных маркетинговых коммуникаций, включая принципы синергетического взаимодействия различных каналов и инструментов продвижения.

Изучить специфику маркетинговых коммуникаций в транспортной отрасли, включая особенности B2B- и B2C-сегментов, длинный цикл принятия решений и высокую социальную ответственность транспортных организаций.

Освоить современные информационные технологии и программные средства для планирования, реализации и мониторинга интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Сформировать навыки планирования и проведения маркетинговых исследований транспортных рынков для обоснования коммуникационных стратегий и выбора целевых аудиторий.

Развить практические умения формирования стратегии и инструментария комплекса маркетинговых коммуникаций с учетом отраслевой специфики и оценки их эффективности.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов)).