

«ДИРЕКТ-МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

Б1.В.ДВ.2.2

Дисциплина «Директ-маркетинговые технологии» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», программа подготовки «Современные маркетинговые коммуникации», квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Основной целью освоения дисциплины «Директ-маркетинговые технологии» является формирование у обучающихся необходимых теоретических знаний и практических навыков и умений, направленных на решение маркетинговых задач, поставленных в процессе интерактивного взаимодействия между продавцом и покупателем.

Задачи изучения дисциплины:

- установление взаимодействия между продавцом и покупателем;
- фильтрация субъектов коммуникации из большой целевой группы;
- удержание клиентов и дальнейшее развитие с ними отношений

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Директ-маркетинговые технологии» относится к части дисциплин по выбору ОПОП магистратуры и базируется на знаниях, полученных обучающимися в ходе освоения таких дисциплин как «Общая теория маркетинговых коммуникаций», «Маркетинговые коммуникации в Интернет и новых медиа», «Мастерство деловых коммуникаций», «Профессиональный семинар (Актуальные проблемы маркетинга)», «Маркетинговые коммуникации в публичном пространстве» и т.д.

Для успешного овладения содержанием дисциплины «Директ-маркетинговые технологии» требуются знания основных теоретических аспектов экономики, маркетинга, психологии, менеджмента.

Изучение этой дисциплины позволит обучающимся успешно выполнять определенную практическую работу в ходе производственной практики.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Директ-маркетинговые технологии», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 38.04.02 «Современные маркетинговые коммуникации» (уровень магистратуры).

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

- **ОПК-2** - готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.
- **ПК-5** - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные понятия, средства и методы, используемые для реализации директ-маркетинговых технологий;
- основные направления и особенности директ-маркетинга;
- особенности изучения реакции потребителей

Уметь:

- выделять перспективных покупателей для установления с ними двустороннего общения;
- поддерживать с покупателями индивидуальные связи;
- распознавать реакцию покупателей на предложение продавца

Владеть:

- методами управления взаимоотношений с покупателем;
- стратегиями привлечения внимания нужной целевой аудитории;
- способами повышения потребительской лояльности

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа,