|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Аннотация** | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Рабочей программы дисциплины** | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Кафедра управления качеством и экспертизы товаров и услуг | | | |  |  |
| Дисциплина | | Проектирование коммуникационных взаимоотношений с потребителями | |  |  |
| Направление подготовки | | 27.03.02 Управление качеством | |  |  |
| Профиль | | Управление качеством в производственно-технологических системах и сфере услуг | |  |  |
| Объем дисциплины | | 5 з.е | |  |  |
| Формы промежуточной аттестации | | Экзамен | |  |  |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины** | | | | | |
|  |  | | | |  |
|  |
| Тема | Наименование темы | | | |  |
| Тема 1. | Сущность коммуникационного процесса для определения и согласования требований потребителей. | | | |  |
| Тема 2. | Методы определения требований потребителей к продукции (услугам). | | | |  |
| Тема 3. | Поведение потребителя и коммуникационные технологии(ПК-4). | | | |  |
| Тема 4. | Структура комплекса интегрированных коммуникаций для определения и согласования требований потребителей к продукции (услугам). | | | |  |
| Тема 5. | Связи с общественностью (паблик рилейшнз) как технология комплексной оценки потребительского мнения. | | | |  |
| Тема 6. | Коммуникации на основе выставок и ярмарок для выявления и согласования требований потребителей. | | | |  |
| Тема 7. | Стимулирование сбыта. Интернет промоушн. Формирование лояльности потребителей средствами брендинга. | | | |  |
| Тема 8. | Основы бренд-планирования и составления технической документации для обеспечения требований потребителей к продукции (услугам). | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Список** **литературы** | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |
| **Основная литература:** | | | | | |
| 1. Музыкант В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации. [Электронный ресурс]:учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 100700.62 - "Торговое дело" и по специальностям 032401 - "Реклама", 08011 - "Маркетинг". - Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2013. - 216 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/350959 | | | | | |
|
| 2. Романова Ю. Д., Дьяконова Л.П. Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса. [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 279 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/411654 | | | | | |
| 3. Наумов В.Н. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж. [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017. - 404 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/550748 | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |
| **Дополнительная литература:** | | | | | |

|  |
| --- |
| 1. Ореховская Н. А. Социальные коммуникации. [Электронный ресурс]:учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 040100 "Социология" (квалификация (степень) «бакалавр»). - Москва: Альфа-М: ИНФРА-М, 2014. - 224 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/448967 |
| 2. Кривокора Е.И. Деловые коммуникации. [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 190 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/452008 |
| 3. Меликян О.М. Поведение потребителей [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 278 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1093455 |
| 4. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 322 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1093531 |
|  |
| **Перечень** **информационных** **технологий,** **включая** **перечень** **лицензионного** **программного** **обеспечения** **и** **информационных** **справочных** **систем,**  **онлайн** **курсов,** **используемых** **при** **осуществлении** **образовательного** **процесса** **по** **дисциплине** |
|  |
| **Перечень лицензионного программного обеспечения:** |
|  |
| Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023. |
| Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока. |
| Microsoft Office 2016.Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023. |
| МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока. |
|  |
| **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-** **телекоммуникационной сети «Интернет»:** |
| Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока |
| Справочно-правовая система Консультант +. Срок действия лицензии до 31.12.2023 |
|  |
| Аннотацию подготовил: Царева С. В. |

.