

Аннотация к рабочей программы дисциплины

Б1.В.09 «Маркетинговые коммуникации»

Объем трудоемкости: 3 зачетных единицы

Целью дисциплины является формирование у студентов понимания сущности и значения системы коммуникационного взаимодействия с потребителями в составе комплекса маркетинговых инструментов, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования маркетинговых коммуникационных инструментов в продвижении благоприятного образа современного предприятия

Задачи дисциплины:

- формирование представлений о сущности, содержании и месте современной коммуникативной политики предприятия в комплексе маркетинга предприятия;
- знание структуры, характеристики и особенностей основных маркетинговых коммуникативных инструментов и возможности их применения в различных условиях;
- понимание логики и этапов формирования коммуникационного сообщения; методов определения целевых аудитории для формирования коммуникационных взаимодействий;
- понимание значения информационного образа товаров, марок и фирмы в целом в решении стратегических задач рыночного развития; знание содержания и этапов процесса разработки стратегической политики продвижения образа фирмы в целевых аудиториях.
- формирование умений разработки сценариев и реализации маркетинговых коммуникационных мероприятий и программ по продвижению товаров и услуг предприятия;
- планирования коммуникационных мероприятий, составления бюджета и оценки их эффективности;
- знание современных инструментов и тенденций развития маркетинговых коммуникаций в онлайн-среде; умение использовать современные телекоммуникационные каналы для взаимодействия с потребителями.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для изучения дисциплины:

«Общая экономическая теория», «Экономика торгового предприятия».

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Торговые выставки и ярмарки, Реклама и продвижение в интернет, «Ценообразование на коммерческом предприятии», «Маркетинг».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-4. Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-4.4. Разрабатывает и реализует мероприятия по продвижению коммерческого предприятия через различные коммуникационные каналы взаимодействия с потребителями и другими игроками рынка	Знает: сущность, содержание и место современной коммуникативной политики предприятия в комплексе маркетинга предприятия; базовую структуру основных коммуникативных инструментов маркетинга и принципы их интеграции в единую систему; характеристику и особенности основных

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<p>маркетинговых коммуникативных инструментов и особенности их применения в различных условиях; логику и этапы формирования коммуникационного сообщения; современные инструменты и тенденции развития маркетинговых коммуникаций в онлайн-среде.</p> <p>Умеет: сопоставлять особенности различных коммуникационных инструментов; определять целевые аудитории для формирования коммуникационных взаимодействий; использовать современные телекоммуникационные каналы для взаимодействия с потребителями.</p> <p>Владеет: базовыми навыками формулировки целей маркетинговых коммуникационных программ; опытом разработки сценариев и реализации маркетинговых коммуникационных мероприятий и программ по продвижению товаров и услуг предприятия; планирует коммуникационные мероприятия, составляет бюджет и оценивает их эффективность. разрабатывает стратегию продвижения в маркетинговой деятельности организации.</p>

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Сущность и место коммуникаций с потребителями в системе маркетинга предприятия	14	6	4		4
2.	Логика и этапы коммуникационного процесса	14	6	2		6
3.	Задачи и функции маркетинговых коммуникаций	12	6	2		4
4.	Базовые элементы маркетинговой коммуникационной системы: реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, личные продажи	20	8	6		6
5.	Планирование и бюджетирование маркетинговых коммуникационных мероприятий и программ	12	6	2		4
6.	Реклама и паблик-релейшенз					6
7.	Личные продажи, стимулирование сбыта, выставочная деятельность	16	6	4		4
8.	Особенности маркетинговых коммуникационных взаимодействий в современной интернет-среде	16	6	4		4

9.	Инновационные технологии маркетинговых коммуникаций	11	4	2		5
10.	Аналитика интернет-стратегии	11,8	4	2		5,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	104,8	36	18		48,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	5				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре (*очно-заочная форма обучения*)

		Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Сущность и место коммуникаций с	12	2	2		8
2	Логика и этапы коммуникационного процесса	12	2	2		8
3	Задачи и функции маркетинговых коммуникаций	10	1	1		8
4	Базовые элементы маркетинговой коммуникационной системы: реклама,	10	1	1		8
5	Планирование и бюджетирование маркетинговых коммуникационных мероприятий и программ	10	1	1		8
6	Реклама и публик-релейшенз	10	1	1		8
7	Личные продажи, стимулирование сбыта,	10	1	1		8
8	Особенности маркетинговых коммуникационных	10	1	1		8
9	Инновационные технологии маркетинговых	10	1	1		7
10	Аналитика интернет-стратегии	11	1	1		7,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	105	12	12		78,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	5				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: (*не предусмотрена*)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (*зачет*)

Автор: Кушнир Д.Д.