

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины Б1.В.21 Международные маркетинговые коммуникации

Объем трудоемкости: 2 зачетных единицы

Цель Формирование теоретических знаний и практических навыков, необходимых для организации и проведения маркетинговой коммуникационной политики с учетом особенностей международного маркетинга и на основе ее результатов оценки эффективности коммуникационных стратегий предприятия.

1.2 Задачи дисциплины.

- закрепление и углубление знаний бакалавров по общепрофессиональным и специальным маркетинговым дисциплинам;
- освоение приемов работы с глобальной экономической информацией, научной и справочной литературой, периодическими изданиями;
- овладение методами научных исследований (аналитическими, статистико-экономическими, графическими, экспериментальными и др.) при решении проблем применения в маркетинговой деятельности инструментов системы маркетинговых коммуникаций с учетом международного аспекта;
- развитие необходимых специалисту по маркетингу навыков практического использования методов решения задач, изученных на лекционных занятиях;
- привлечение и анализ материалов хозяйственной деятельности предприятий;
- подготовка и апробация предложений и практических рекомендаций по изучаемым вопросам применения маркетинговых коммуникаций в маркетинговой деятельности предприятий на внешних рынках;
- развитие навыков самостоятельной работы по планированию и организации маркетинговых коммуникаций на предприятии.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Международные маркетинговые коммуникации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Курс основывается на знаниях, полученных в ходе изучения следующих дисциплин: «Маркетинг», «Международное коммерческое дело», «Международный бренд-менеджмент».

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 (<i>знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие)</i>)
ПК-1 Способен осуществлять внешнеэкономическую деятельность	
ИПК-1.13 Использует инструментарий маркетинговых коммуникаций в международной экономической деятельности	Знает: Инструменты и методы проведения маркетинговых исследований на международных рынках; Основные подходы к формированию маркетинговых коммуникаций на внешних рынках
	Умеет: Разрабатывать необходимые документы для проведения мероприятий по продвижению на внешних рынках; Разрабатывать план маркетинговых коммуникаций с учетом специфики международного рынка

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие)</i>)
	Трудовое действие: Проведение мониторинга и анализа партнеров и конкурентов на внешних рынках; Организация кампаний по продвижению продукции на внешние рынки
ПК-2 Способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха)	
ИПК 2.10 Использует инструментарий маркетинговых коммуникаций в международной экономической деятельности	Знает: Инструменты и методы проведения маркетинговых исследований на международных рынках; Основные подходы к формированию маркетинговых коммуникаций на внешних рынках
	Умеет: Разрабатывать необходимые документы для проведения мероприятий по продвижению на внешних рынках; Разрабатывать план маркетинговых коммуникаций с учетом специфики международного рынка
	Трудовое действие: Организация и проведение маркетинговых исследований на международном рынке; Организация кампаний по продвижению продукции на внешние рынки

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Виды работ		Форма обучения	
		очная	очно-заочная
		7 семестр (часы)	8 семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:		38,2	28,2
Аудиторные занятия (всего):		34	24
занятия лекционного типа		18	12
лабораторные занятия		-	-
практические занятия		16	12
семинарские занятия		-	-
Иная контактная работа:		4,2	4,2
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4	4
Промежуточная аттестация (ИКА)		0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:		33,8	43,8
Реферат/эссе (подготовка)		10	30
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)		23,8	13,8
Контроль:		-	-
Подготовка к экзамену		-	-
Общая трудоемкость	час.	72	72
	в том числе контактная работа	38,2	28,2
	зач. ед	2	2

Курсовые работы: не предусмотрена.

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор:

В.О. Покуль, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента, канд. экон. наук, доцент.