

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ «МЕНЕДЖМЕНТ»**  
**ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ»**  
**ДИСЦИПЛИНА «МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

**АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины являются: ознакомление студентов-бакалавров с комплексом маркетинговых коммуникаций, его элементами и их взаимосвязью, приобретение базовых знаний и навыков в сфере маркетинга продвижения, ознакомление с рекламой, приемами стимулирования продаж, Public Relations, прямым маркетингом.

Задачами освоения дисциплины являются: дать представление о маркетинговых коммуникациях, маркетинге продвижения, рекламе, приемах стимулирования продаж, прямом маркетинге и связях с общественностью.

**Требования к уровню освоения дисциплины**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- роль маркетинговых коммуникаций в развитии общества и экономики;
- цели и задачи маркетинговых коммуникаций в решении бизнес – задач организации;
- структуру маркетинговых коммуникаций;
- особенности психологического воздействия маркетинговых коммуникаций на потребителя;
- законодательные акты, регулирующие деятельность в области маркетинговых коммуникаций.
- формы и технологии создания и распространения коммуникаций в маркетинговых средствах продвижения.

Уметь:

- правильно спроектировать процесс коммуникации;
- разрабатывать и применять приемы стимулирования продаж, рекламы, PR и других элементов маркетинговых коммуникаций;
- оценивать эффективность коммуникационных кампаний;
- рассчитывать бюджет программ маркетинговых коммуникаций.

Владеть:

- лексикой, необходимой для вербального раскрытия сущности коммуникации, процессов и механизмов;
- методами построения коммуникационных моделей.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачётные единицы, 108 часов

**Основные разделы дисциплины:**

- Понятие маркетинговых коммуникаций. Социально–правовые аспекты деятельности в области маркетинговых коммуникаций. Структура и особенности современного процесса маркетинговых коммуникаций.
- Реклама как ведущий элемент маркетинговых коммуникаций. Основные этапы и планирование рекламной кампании. Медиастратегия рекламной кампании, основные медиапоказатели. Оценка эффективности рекламной кампании.
- PR как канал маркетинговых коммуникаций.
- Прямой маркетинг в системе маркетинговых коммуникаций. Личные продажи.
- Стимулирование сбыта. Методы продвижения товаров производителем. Методы продвижения в розничной торговле.
- Интернет-маркетинг и другие формы маркетинговых коммуникаций

**Составитель:** к.ф.н., доцент В.А. Мальцева