Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 10.08.2021 15:52:51

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Маркетинговые коммуникации

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.03.06.02_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	Неделя			
Неделя	17,3			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	36	36	36	36
Практические	54	54	54	54
В том числе инт.	30	30	30	30
Итого ауд.	90	90	90	90
Контактная	90	90	90	90
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	180	180	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель изучения дисциплины: ознакомление обучающихся с теоретическими основами и современными методами маркетинговых коммуникаций (МК) при формировании спроса и продвижении товаров и услуг.
1.2	Задачи изучения дисциплины: изучение сущности, основных принципов и функций МК; разработка и внедрение комплекса интегрированных МК, в том числе с использованием рекламы; изучение инструментов и средств МК; выявление и удовлетворение потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций; определение методов экономической и коммуникативной эффективности маркетинговых коммуникаций.

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

Знать:

демонстрировать знания основ маркетинговых коммуникаций, поведения потребителей

Уметь:

анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка, выявлять потребности покупателей

Владеть:

методами анализа и прогнозирования спроса потребителей

ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

Знать:

демонстрировать знания основ коммуникаций в сфере ведения деловых переговоров

Уметь:

демонстрировать умения выбора деловых партнеров, заключения договоров

Владеть:

методами ведения деловых переговоров

ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

Знать:
демонстрировать знания основ стратегического маркетингового планирования
Уметь:
разрабатывать коммуникационные стратегии организации
Владеть:
методами портфельного анализа в процессе разработки маркетинговой стратегии компании