

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинговые коммуникации»

Цель изучения дисциплины	Цели освоения дисциплины - подготовить студентов к выработке и внедрению эффективных решений в области маркетинговых коммуникаций. Сформировать у студентов систему теоретических знаний, необходимых для глубокого понимания сути и особенностей конкретных инструментов маркетинговых коммуникаций и способов их интеграции в целостную и эффективную программу продвижения. Выработать у студентов комплекс умений, необходимых для: - разработки решений в области рекламы, личных продаж, стимулирования сбыта, PR, выставочной деятельности и в программах внутреннего маркетинга; - интеграции возможностей конкретных инструментов маркетинговых коммуникаций в единой комплексной программе; - обоснования и внедрения в практическую деятельность выработанных проектных решений.
Место дисциплины в учебном плане	И является составной частью профессиональной подготовки исследователей по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
Формируемые компетенции	ОПК-7; ПК-2
Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциям и выпускников)	В результате освоения компетенции ОПК-7 обучающийся должен: знать: особенности конкретных инструментов маркетинговых коммуникаций и способов их интеграции в целостную и эффективную программу продвижения; уметь: создавать уникальное торговое предложение различными средствами рекламы, публичными продажами, строить рекламную стратегию с учетом последних достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий; владеть: навыками создания и укрепления имиджа предприятия, оптимизации расходов как при выборе и реализации различных коммуникационных стратегий, так и в прямом маркетинге. В результате освоения компетенции ПК-2 обучающийся должен: знать: различные способы разрешения конфликтных ситуаций; уметь: разрешать конфликтные ситуации; владеть: различными способами разрешения конфликтных ситуаций.
Содержание дисциплины	Система маркетинговых коммуникаций Личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций Связи с общественностью – PR Стимулирование сбыта и продаж Реклама как элемент системы маркетинговых коммуникаций Особенности восприятия
Виды учебной работы	Учебная деятельность студента в процессе изучения дисциплины «Маркетинговые коммуникации» строится из контактных форм работы с преподавателем (лекционные и практические занятия) и самостоятельной работы. Организация занятий по дисциплине носит циклический характер. По разделам дисциплины предусмотрена взаимоувязанная цепочка учебных работ: лекция – практические занятия - самостоятельная работа студентов. При изучении дисциплины «Маркетинговые коммуникации» лекции обычно носят тематический характер, для которого характерно систематическое, плановое изложение учебного материала. Содержание лекции посвящено конкретной теме, имеющей логическую связь с предшествующей и последующей темами. Во время лекции преподаватель излагает основной теоретический материал по теме, сопровождая его примерами. Во время практических занятий формируются основные умения и навыки, которыми должен овладеть обучающийся. Они посвящены решению типовых задач с позиции теории, изложенной в лекции. Это помогает студентам систематизировать, закрепить и углубить знания теоретического характера.

	<p>Для успешного освоения дисциплины обучающиеся должны выполнять следующие требования:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обязательное посещение лекционных и практических занятий; • ведение конспекта в ходе лекционных и практических занятий; • изучение материала лекционных занятий при подготовке к практическому занятию; • восполнение материала пропущенных занятий путем изучения рекомендованной преподавателем учебной литературы. <p>Дальнейшее закрепление теоретического и практического материала, получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет самостоятельной работы студентов.</p> <p>Формами текущего контроля самостоятельной работы обучающихся, степени овладения теоретическим материалом и уровнем сформированных навыков и умений, являются контрольные работы.</p>
Используемые информационные, инструментальные и программные средства	<p>1. Лицензионное программное обеспечение «Антиплагиат.ВУЗ»</p> <p>2. Лицензионное программное обеспечение «Система КонсультантПлюс»</p> <p>3. Лицензионное программное обеспечение Microsoft (Windows XP, Windows Server 2003, Windows XP Professional x64 Edition, Windows Vista, Windows Server 2008, Windows 7, Windows Server 2012, Windows 8, Windows 8.1, Windows 10, Microsoft Office 2010, Microsoft Office 2013, Microsoft Office 365)</p> <p>4. Свободно распространяемое программное обеспечение Adobe Acrobat Reader DC</p> <p>5. Свободно распространяемое программное обеспечение 7-Zip</p>
Формы текущего контроля успеваемости	Формами текущего контроля самостоятельной работы обучающихся, степени овладения теоретическим материалом и уровнем сформированных навыков и умений, являются контрольные работы.
Формы промежуточной аттестации	Экзамен