

«МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

Б1.В.ДВ.13.1

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Коммерция» квалификации бакалавр, входит в вариативную часть дисциплин по выбору блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Главная **цель** дисциплины «Маркетинговые коммуникации» — овладение теоретическими знаниями и практическими навыками в области маркетинговых коммуникаций.

Основными **задачами** дисциплины являются:

- сформировать у студентов систему знаний теории коммуникации;
- получение знаний о системе интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- выработка понимания основ коммуникативной деятельности предприятия на рынке;
- получение знаний об основных функциях рекламы в обществе;
- сформировать понимание взаимосвязи элементов системы маркетинговых коммуникаций;
- выработать навыки планирования коммуникационных действий предприятия на рынке.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» относится к циклу дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ) по направлению 38.03.06 «Торговое дело».

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» базируется на дисциплинах «Маркетинг», «Менеджмент», «Рекламная деятельность», «Управление продажами», «Коммерческая деятельность» и закладывает необходимые теоретико-методологические основы для эффективного освоения дисциплин «Организация переговоров», «Поведение потребителя», «ВТЛ-технологии в торговле и маркетинге», а также для успешного прохождения обучающимися учебной и преддипломной практик и итоговой аттестации.

Для успешного овладения содержанием курса «Маркетинговые коммуникации» требуются знания основных теоретических аспектов маркетинга, экономики и менеджмента.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Маркетинговые коммуникации», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 38.03.06 «Торговое дело», профиль подготовки – «Коммерция».

Процесс изучения дисциплины «Маркетинговые коммуникации» направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональных:

ПК-13 – готовность участвовать в реализации проектов в области

профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- Сущность маркетинговых коммуникаций как важнейшего элемента современного маркетинга, его возможностей, направленных на получение прибыли предприятием путём донесения ценностей продуктов и услуг до потребителей и воздействия на них для удовлетворения нужд потребителей в тесном взаимодействии со всеми заинтересованными субъектами рынка;

- Методы маркетинговых исследований для оценки и применения коммуникационных инструментов;

- Основные методы и процедуры продвижения продуктов и услуг, инструменты лояльности, рекламы и стимулирования сбыта, связей с общественностью;

Уметь:

- Рассчитать бюджет на проведения коммуникационной кампании, рекламный бюджет и программу стимулирования потребителей для компании, осуществлять разработку коммуникационных материалов для воздействия на потребителей на основе изучения потребителей и их представлений о ценности товаров и услуг;

- Разрабатывать коммуникационные маркетинговые программы для формирования взаимоотношений с потребителями и другими субъектами рынка;

- Применять основные методы и процедуры современных технологий в области продвижения продуктов и услуг для повышения эффективности взаимодействия компании с рынком;

Владеть:

- Навыками принятия самостоятельных управленческих решений и их аргументации;

- Навыками работы в команде, выработки совместных решений;

- Навыками разработки мероприятий маркетинговых коммуникаций для улучшения взаимоотношений субъектов рынка и оценки их эффективности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.