


## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

<b>Направление подготовки (специальность)</b>	38.03.06 – «Торговое дело»
<b>Направленность (профиль) подготовки</b>	«Коммерция и маркетинговые коммуникации»
<b>Цель освоения дисциплины:</b>	формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговых коммуникаций: реклама, интернет-реклама, стимулирование сбыта, выставочная деятельность, связи с общественностью, а также навыки организации рекламной и другой деятельности по продвижению товаров и услуг.
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	4 зачетных единицы, 144 часов
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	Экзамен
<b>Краткое содержание дисциплины:</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Понятие, сущность и значение маркетинговых коммуникаций</li><li>2. Коммуникационный процесс</li><li>3. Разработка бюджета и оценка эффективности маркетинговых коммуникаций</li><li>4. Реклама в системе маркетинговых коммуникациях</li><li>5. PR деятельность организации</li><li>6. Программы по стимулированию сбыта в системе маркетинговых коммуникаций</li><li>7. Директ-маркетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций</li><li>8. Современные формы маркетинговых коммуникаций</li><li>9. Основы составления медиаплана. Сущность медиапланирования</li></ol>

Аннотацию рабочей программы составил: Краснова М.В., доцент кафедры КиГ

  
30.08.2021