

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Беспалов Владимир Александрович

Должность: Ректор МИЭТ

Дата подписания: 01.09.2023 16:03:24

Уникальный программный ключ:

ef5a4fe6ed0ff61149464d11573546736473803e022e1692

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Коммуникации в маркетинге»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) - «Маркетинг и управление инновационными проектами»

Уровень образования - бакалавриат

Форма обучения – очная

1. Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является развитие у студентов способности формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) компании.

Задачи дисциплины:

- сформировать знания основы маркетинговых коммуникаций;
- сформировать умение использовать информацию полученную в результате маркетинговых исследований для выбора средств коммуникации с потребителем;
- сформировать навыки применения основных инструментов маркетинговых коммуникаций в целях совершенствования системы продвижения продукции.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы (является элективной), формирует подкомпетенцию ПК-5.КвМ «Способен формировать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) компании».

Для освоения дисциплины должны быть изучены следующие дисциплины или модули образовательной программы: «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей».

3. Краткое содержание дисциплины

Дисциплина включает четыре модуля: «Основы маркетинговых коммуникаций», «Разработка коммуникативного плана», «Медиапланирование и исследования», «Основы бренд-менеджмента».

Разработчик:

Доцент кафедры МиУП, к.т.н., доцент Пушин М.Н.