**Наименование учебной дисциплины:**

**«Маркетинговые коммуникации»**

|  |  |
| --- | --- |
| **Код и наименование специальности** | 1-23 01 15 Социальные коммуникации |
| **Курс обучения** | 2 |
| **Семестр обучения** | 4 |
| **Количество аудиторных часов:** | 68 |
| **Лекции****Семинарские занятия** **Практические занятия****Лабораторные занятия** | 32 |
| 36 |
| - |
| - |
| **Форма текущей аттестации (*зачет/ дифференцированный зачет/экзамен*)** | Экзамен |
| **Количество зачетных единиц** | 3 |
| **Формируемые компетенции** | Освоение учебной дисциплины «Маркетинговые коммуникации» должно обеспечить формирование базовых профессиональных компетенций: планировать и осуществлять исследования каналов массовой коммуникации, целевых аудиторий внешних и внутренних коммуникаций, эффективности коммуникационной деятельности, в том числе маркетинговой, реклаиной деятельности и связей с общественностью |
| **Краткое содержание учебной дисциплины:**«Маркетинговые коммуникации» - учебная дисциплина, которая направлена на изучение сущности и ключевых категорий маркетинговых коммуникаций в обществе и конкретных организациях с внешней средой в современных условиях. При изучении дисциплины определяется место маркетинговых коммуникаций в системе маркетинга, их значение, структура и методы. В процессе освоения учебной дисциплины приобретаются умения планирования и реализации комплексного применения маркетинговых коммуникаций, осуществления выбор наиболее эффективных методов и инструментов маркетинговых коммуникаций в зависимости от поставленных задач и особенностей аудитории. Студенты обучаются проводить анализ аудитории маркетинговой коммуникации, оценивать эффективность комплекса маркетинговых коммуникаций, определять причины снижения эффективности и способы оптимизации коммуникационных процессов. |