МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ, ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ИННОВАЦИЙ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

МОО ВО Кыргызско-Российский Славянский университет
имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина



Маркетинговые коммуникации

аннотация дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Менеджмента**

Учебный план b380302_26_1_мен_УМ.plx
Направление 38.03.02 - РФ, 580200 - КР Менеджмент
Профиль "Управление маркетингом"

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **Очная**

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Романович О.Г.; к.э.н., доцент, Островская Е.С

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	**5 (3.1)**		**6 (3.2)**		Итого	
Недель	17 2/6		18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16	32	32
Практические	16	16	32	32	48	48
Контактная работа в период теоретического обучения	0,1	0,1			0,1	0,1
Контактная работа в период экзаменационной сессии			0,3	0,3	0,3	0,3
В том числе инт.	12	12	18	18	30	30
В том числе в форме практ.подготовки	2	2	4	4	6	6
Итого ауд.	32	32	48	48	80	80
Контактная работа	32,1	32,1	48,3	48,3	80,4	80,4
Сам. работа	39,9	39,9	69	69	108,9	108,9
Часы на контроль			26,7	26,7	26,7	26,7
Итого	72	72	144	144	216	216

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	обучение основным знаниям и навыкам профессионального маркетинга в сфере коммуникаций в коммерческой и некоммерческой областях, а также государственного и муниципального управления.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Маркетинг
2.1.2	Инновационное предпринимательство
2.1.3	Управление современной организацией
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Диджитал-маркетинг
2.2.2	Управление брендом
2.2.3	Управление имиджем компании
2.2.4	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-2: Способен разрабатывать мероприятия по эффективному использованию и совершенствованию инструментов комплекса маркетинга на локальных, международных и цифровых рынках	
Знать:	
Уровень 1	-особенности ведения маркетинга на локальных, международных и цифровых рынках, - основные инструменты комплекса маркетинга, - основные показатели эффективности маркетинговой деятельности
Уметь:	
Уровень 1	-эффективно разрабатывать и применять инструменты комплекса маркетинга на локальных, международных и цифровых рынках, -анализировать, оценивать эффективность и оптимизировать маркетинговую деятельность организации на локальных, международных и цифровых рынках
Владеть:	
Уровень 1	-навыками формирования предложений по совершенствованию товарной политики и управления брендами организации на локальных, международных и цифровых рынках, -навыками формирования предложений по совершенствованию ценовой политики организации на локальных, международных и цифровых рынках, -навыками формирования предложений по совершенствованию продаж и дистрибуции организации на локальных, международных и цифровых рынках, -навыками формирования предложений по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций организации на локальных, международных и цифровых рынках

ПК-6: Способен формировать и анализировать базы данных маркетинговой деятельности организации на локальных и международных рынках	
Знать:	
Уровень 1	- основные показатели конъюнктуры локальных и международных рынков, -специализированные программы обработки информации о рынке
Уметь:	
Уровень 1	-систематизировать и обобщать большие объемы информации о рынке, -работать со специализированными программами для сбора и обработки информации о рынках, -осуществлять сбор, хранение, обработку, анализировать и интерпретировать маркетинговую информацию и использовать полученные сведения для принятия маркетинговых решений
Владеть:	
Уровень 1	навыками сбора, обработки и анализа маркетинговой информации с целью создания и обновления базы данных организации по требуемым показателям, -навыками анализа, оценки и прогнозирования рыночной конъюнктуры

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**

3.1.1	Основные виды и элементы маркетинговых коммуникаций; сущность и варианты использования инструментов маркетинговых коммуникаций на локальных, международных и цифровых рынках; основные методы оценки эффективности маркетинговых коммуникаций
3.2	**Уметь:**
3.2.1	-эффективно разрабатывать и применять инструменты маркетинговых коммуникаций на локальных, международных и цифровых рынках, -анализировать, оценивать эффективность и оптимизировать инструменты маркетинговых коммуникаций на локальных, международных и цифровых рынках
3.3	**Владеть:**
3.3.1	-навыками формирования предложений по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций организации на локальных, международных и цифровых рынках -навыками сбора, обработки и анализа маркетинговой информации для оптимизации использования маркетингового бюджета на МК