

Аннотация дисциплины «Маркетинговые коммуникации»

Цель дисциплины:

формирование у студентов твердых теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговых коммуникаций: реклама, интернет-реклама, социо-медиа, стимулирование сбыта, выставочная деятельность, связи с общественностью и т.п. Использование маркетинговых коммуникаций позволяет повышать эффективность деятельности хозяйственных единиц, регулировать спрос и предложение на сегментах рынка.

Место дисциплины в структуре ООП:

относится к дисциплинам по выбору (Факультетский блок), Модуля дисциплин по выбору, углубляющих освоение профиля вариативной части основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.01- Экономика, профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Краткое содержание:

В разрезе дисциплины «Маркетинговые коммуникации» раскрывается содержание и специфика маркетинговых коммуникаций в организациях сферы товарного обращения, промышленного производства, сферы услуг. Приводятся конкретные направления и примеры использования коммуникационных стратегий для успешного позиционирования фирмы на рынке, а также показаны примеры кампаний по продвижению известных иностранных и российских брендов. Уделяется внимание современным инструментам маркетинговых коммуникаций – рекламе, PR, прямому маркетингу, стимулированию сбыта и продаж, интернет-продвижению с учетом специфики практического использования. Показывается специфика правового регулирования коммуникационной деятельности, а также представлены международные профессиональные кодексы и стандарты маркетинговых коммуникаций.