

Аннотация рабочей программы

Маркетинговые коммуникации

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» является частью профессионального блока дисциплин вариативной части (дисциплина по выбору) подготовки студентов по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (профиль подготовки – «Стратегический маркетинг»). Дисциплина реализуется на факультете государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова кафедрой регионального и муниципального управления.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

- Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;
- Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения;
- Иметь знания о принципах и методах формирования и поддержания спроса, продвижения товаров на рынке.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теоретическими основами в области маркетинговых коммуникаций, изучением специфики современных инструментов маркетинговых коммуникаций и их эффективности, освоением практических навыков построения коммуникационных стратегий для успешного позиционирования фирмы на рынке.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельная работа студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: участие в работе над кейсами, подготовка презентаций, контрольные опросы и контрольная работа.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ак.ч.. Программой дисциплины предусмотрены лекции - 2 ак.ч., семинары – 30 ак.ч., самостоятельная работа студента – 76 ак.ч.