

# ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

## 1. Цель освоения дисциплины

Изучение базовых способов и методов применения маркетинговых коммуникаций.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Основы маркетинговых коммуникаций» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Основы маркетинговых коммуникаций» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Маркетинг», «Логистика», «Реклама», «Товароведение. Экспертиза и стандартизация».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Анализ поведения потребителей», «Бренд-менеджмент», «Информационные системы маркетинга», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинг интеллектуальных продуктов», «Маркетинг образовательных услуг», «Маркетинг услуг», «Маркетинговое консультирование», «Маркетинговое ценообразование», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговый анализ», «Международный маркетинг», «Организация продаж», «Организация связей с общественностью», «Правовое регулирование маркетинговой деятельности», «Промышленный маркетинг», «Стратегический маркетинг», «Управление маркетингом», «Управление продуктом», «Финансовые аспекты маркетинга», прохождения практики «Преддипломная практика».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– готовностью использовать систематизированные теоретические и практические знания в области маркетинга для осуществления профессиональной деятельности (СК-1).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

### *знать*

- понятия и составляющие системы маркетинговых коммуникаций;
- основные направления рекламной деятельности и особенности их выбора;
- способы и методы оценки деятельности в сфере маркетинговых коммуникаций;

### *уметь*

- оценивать эффективность мероприятий в системе маркетинговых коммуникаций;
- планировать рекламную кампанию предприятия и оценивать ее эффективность;
- разрабатывать стратегию по связям с общественностью;

### *владеть*

- навыками организации маркетинговых коммуникаций;
- навыками организации рекламной деятельности;
- навыками осуществления мероприятий по связям с общественностью, мероприятий прямого маркетинга и стимулирования сбыта.

## 4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 16 ч., СРС – 88 ч.),  
распределение по семестрам – 3 курс, зима, 3 курс, лето,  
форма и место отчётности – зачёт (3 курс, лето).

## **5. Краткое содержание дисциплины**

Сущность маркетинговых коммуникаций.

Основные понятия маркетинговых коммуникаций. Сущность маркетинговых коммуникаций, их роль и место в системе маркетинга. Этапы развития и современная модель процесса маркетинговых коммуникаций. Актуальность интегрированных маркетинговых коммуникаций в современных условиях. Структура комплекса коммуникаций и ее элементы. Маркетинг-микс 4Р, 7Р, 4С.

Рекламная деятельность и связи с общественностью организации.

Сущность и развитие рекламной деятельности. Функции рекламы в обществе.

Возникновение, развитие и основные исторические формы рекламной деятельности в России и за рубежом. Законодательное регулирование рекламной деятельности. Сущность медиапланирования, основные показатели. Понятие и виды рекламных кампаний. Оценка экономической и коммуникативной эффективности рекламной кампании. Этапы взаимодействия с рекламными агентствами. Сущность деятельности по связям с общественностью. Уровни развития связей с общественностью в компании. Понятие и правила составления пресс-релиза. Методика организации пресс-конференции. Планирование и осуществление деятельности по связям с общественностью. Оценка эффективности PR: критерии и методы.

Другие виды маркетинговых коммуникаций.

Понятие выставочной, спонсорской деятельности. Product placement. Стимулирование сбыта (сущность, методы, программы). Особенности личной продажи. Проблематика организации прямого маркетинга. Незапланированные обращения.

## **6. Разработчик**

Латышев Денис Александрович, к. п. н., доцент кафедры менеджмента и экономики образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ».