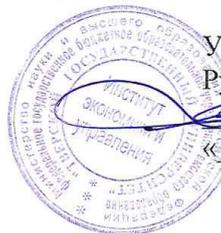


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 06.06.2022 16:44:45
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad11f75f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:
Руководитель ООП
Беденко Н.Н.
«30» 03 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Маркетинговые коммуникации и пиар

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Профиль
Маркетинг

Для студентов 4 курса очной формы обучения

Составитель: Комарова Е.В., к.э.н., доцент

Тверь, 2021

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов необходимых знаний, умений и навыков в области маркетинговых коммуникаций и ПР-деятельности для обеспечения конкурентоспособности предприятий и организаций.

Задачи дисциплины:

- освоение студентами основных понятий, принципов, средств и методов маркетинговых коммуникаций, включая ПР;
- овладение студентами приемами и методами маркетинговых коммуникаций;
- развитие навыков студента в области коммуникационной деятельности и их применения в сфере продвижения продукции и услуг, а также создания и поддержания хорошей репутации на рынке.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации и пиар» относится к части учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг», формируемой участниками образовательных отношений.

В логическом и содержательно-методическом контексте дисциплина «Маркетинговые коммуникации и пиар» взаимосвязана с другими частями образовательной программы, в частности с дисциплинами: Основы предпринимательства, Основы маркетинга, Корпоративная социальная ответственность, Этика бизнеса и делового общения, Маркетинговые исследования и др.

Освоение дисциплины «Маркетинговые коммуникации и ПР» является предшествующим для проведения всех типов производственной практики, предусмотренных учебным планом, а также для изучения дисциплин: Маркетинг в отраслях и сферах деятельности, Анализ конкуренции, Управление маркетингом и др.

3. Объем дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов, в том числе для очной формы обучения:

контактная аудиторная работа: лекции 17 часов, практические занятия 34 часа, в т.ч. практическая подготовка 4 часа;

самостоятельная работа: 30 часов, контроль 27 часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 - Способен руководить отделом маркетинга, маркетинговой деятельностью в организации	ПК-1.2 - Организует работу персонала отдела маркетинга и проектирует различные виды маркетинговых коммуникаций
ПК-5 - Способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать направления маркетинговой деятельности, организовывать и контролировать их реализацию	ПК- 5.1 - Планирует подготовку к проведению маркетинговых исследований и осуществляет выбор маркетинговых инструментов
	ПК- 5.2 - Проводит маркетинговые исследования с применением инструментов комплекса маркетинга, оформляет отчетные документы, используя современные информационно-аналитические системы
	ПК-5.3 - Разрабатывает маркетинговые программы, организует и контролирует процесс их реализации

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения:

- по очной форме обучения – экзамен, 7 семестр;

6. Язык преподавания русский.