

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.06.2024 16:35:49  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Маркетинговые коммуникации

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	43.03.01      Сервис
Направленность (профиль)	Управление поведением потребителей в сфере услуг
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	заочная

Учебная дисциплина «Маркетинговые коммуникации» изучается по заочной форме обучения в пятом семестре.

Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрено.

#### 1.1. Форма промежуточной аттестации

зачет

#### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Маркетинговые коммуникации» относится к обязательной части программы.

#### 1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями освоения учебной дисциплины являются:

приобретение студентом теоретических знаний и практических навыков в области системного управления маркетинговыми коммуникациями, их основными и синтетическими средствами;

нахождение вариативных решений по созданию интегрированной системы маркетинговых коммуникаций;

формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

#### Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИД-УК-4.3 Применение на практике деловой коммуникации в устной и письменной формах, методов и навыков делового общения на русском языке и составление и проведение презентаций на иностранном языке

ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ИД-ОПК-4.1 Использование основных видов маркетинговых исследований
	ИД-ОПК-4.2 Использование методов работы с первичными и вторичными источниками информации
	ИД-ОПК-4.3 Использование современных методов продвижения и продажи сервисного продукта

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по заочной форме обучения –	3	<b>з.е.</b>	96	<b>час.</b>
-----------------------------	---	-------------	----	-------------