

Структура аудиторных занятий и перечень подтем

№ п/п	Объём в часах	Содержание подтем	Критерии оценки	Учебные методы
1	2	Место маркетинговой коммуникации в системе маркетинга	Анализ реклам	Групповая работа
2	2	Процесс коммуникации	Анализ коммуникационного процесса методом (AIDA)	Презентации
3	2	Формы продвижения		Loeng
4	2	Стратегии продвижения	Готовит план маркетинговых коммуникаций компании	Групповая работа
5	6	Создание рекламы/ макета рекламы для своего предприятия	Дизайн рекламы в программе: (CANVA)	Практическая работа
8	2	Зачёт .		
9	2	Обратная связь.		