



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»
INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

Принята на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 27 марта 2025 г. № 8)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова
27 марта 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

по направлению подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль)
«Управление продажами»

Приложение 4
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело,
направленность (профиль) «Управление продажами»

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговые коммуникации» входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Управление продажами» и предназначена для обучающихся очно-заочной формы обучения.

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговые коммуникации» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Изучение дисциплины «Маркетинговые коммуникации» ориентировано на получение обучающимися знаний о комплексе маркетинговых коммуникаций, его элементами и их взаимосвязью, приобретение базовых знаний и навыков в сфере маркетинга продвижения, ознакомление с рекламой, приемами стимулирования продаж, Public Relations, прямым маркетингом, личными продажами.

Программа курса охватывает широкий круг теоретических вопросов. Изучение дисциплины позволяет не только освоить теоретические аспекты связанные с комплексом маркетинговых коммуникаций в рамках современной рыночной системы, но и раскрыть потенциальные возможности и приемы маркетинговых коммуникаций в практической деятельности в условиях цифровизации экономики.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам бакалавриата по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 8 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать знания, умения применять методы маркетинговых коммуникаций в практической деятельности.
- использовать инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций в виде брендинга.
- Сформировать знания, умения и практический опыт по теории и практики маркетинговых исследований коммуникаций;
- Научится использовать ATL- и BTL-коммуникации как инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- Решать не стандартные задачи при взаимодействии с участниками рынка маркетинговых коммуникаций.
- Использовать CRM-системы как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций.
- Сформировать знания, умения и практический опыт имеет работы с интернетом как элементом интегрированных маркетинговых коммуникаций, а также рассчитывать эффективность интегрированных маркетинговых коммуникаций.
- формирование уровня знаний, умений, практического опыта, опыта деятельности в рамках программы подготовки кадров к Цифровой Экономике, построенных на основе Программы «Цифровая экономика России».

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	ПК-1	ПК-1.3 Определяет и решает профессиональные задачи в области коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности	теоретические основы интегрированных маркетинговых коммуникаций	эффективно использовать прямой маркетинг и интернет-технологии для достижения целей компании	использования методик продвижения товаров и услуг с использованием современных инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций	<u>Контактная работа:</u> Лекции Семинар Доклад-презентация Кейс-задание Расчетное практическое задание Творческое задание <u>Самостоятельная работа</u>
Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах	ПК-3	ПК-3.3 Использует современные методы и технологии продвижения товаров в торговых системах	особенности применения современных инструментов маркетинговых коммуникаций продвижения бренда	использовать различные инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций в своей практической деятельности при продвижении и позиционировании бренда	методики расчета и оценки экономической и коммуникативной эффективности применяемых маркетинговых коммуникаций	

3. Тематический план

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая	Из них в форме		
<i>Раздел 1. Интегрированные маркетинговые коммуникации в современном мире.</i>	2	2	2	2						25	Доклад-презентация / 5 Кейс-задание / 5 Кейс-задание / 5 Расчетное практическое задание / 5
<i>Тема 2. Исследования в маркетинговых коммуникациях</i>				2						25	Доклад-презентация / 5 Творческое задание / 10 Кейс-задание / 5
<i>Тема 3. Имидж и репутация как инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций</i>	2			2						25	Творческое задание / 10 Творческое задание / 10
<i>Тема 4. Современные инструменты и методы интегрированных маркетинговых коммуникаций</i>	2			2						25	Творческое задание / 10 Кейс-задание / 5 Кейс-задание / 5
<i>Тема 5. Интегрированные маркетинговые коммуникации как инструменты продвижения товаров на B2B-рынке</i>	2									24	Творческое задание / 10 Творческое задание / 10
Всего:	8	2	2	8						124	100
Контроль, час	0										Зачет
Объем дисциплины (в академических часах)	144										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	4										

4. Содержание дисциплины

Тема 1. Интегрированные маркетинговые коммуникации в современном мире.

Современное понимание и значимость маркетинговых коммуникаций. Модели интегрированных маркетинговых коммуникаций. Эффективность интегрированных маркетинговых коммуникаций. Брендинг как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Тема 2. Исследования в маркетинговых коммуникациях.

Теория и практика маркетинговых исследований коммуникаций. Особенности использования ATL- и BTL-коммуникаций как инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций. Взаимодействие участников рынка маркетинговых коммуникаций.

Тема 3. Имидж и репутация как инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Роль имиджа в деятельности компании. Управление репутацией компании на основе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Классификация способов защиты информации. Основные действия по защите информации. Процессы создания и эксплуатации системы информационной безопасности. Типовая модель многорубежной системы защиты информации.

Тема 4. Современные инструменты и методы интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Интернет как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций. CRM-системы как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций. Нетрадиционные инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Тема 5. Интегрированные маркетинговые коммуникации как инструменты продвижения товаров на B2B-рынке.

Прямой маркетинг как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций. Выставка как эффективный инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература

1. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560612>
2. Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для вузов / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11197-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563874>

Дополнительная литература

1. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17986-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562139>

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561097>

3. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507921>

5.2. Описание материально-технической базы

Учебная аудитория № 402 для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол для преподавателя) – 17 шт.;
- стулья (включая стул для преподавателя) – 33 шт.;
- моноблок с установленным программным обеспечением – 1 шт.;
- компьютерная мышь – 1 шт.;
- клавиатура – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- доска маркерная – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое)

Учебная аудитория № 105 (Специализированная аудитория для лиц с ОВЗ), для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 4 шт.;
- стулья (включая стул преподавателя) – 4 шт.;
- моноблоки с установленным программным обеспечением – 4 шт.;
- компьютерные мыши – 4 шт.;
- клавиатуры – 4 шт.;
- акустический усилитель – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- МФУ – 1 шт.;
- интерактивная электронная доска на мобильной платформе – 1 шт.;
- портативная индукционная система для слабослышащих (индукционная петля) – 1 шт.;

- портативный бытовой усилитель звука – 1 шт.;
- лупа пластмассовая – 1 шт.;
- прибор письма по Брайлю – 1 шт.;
- грифель для письма по Брайлю (мужской – 1 шт., женский – 1 шт.);
- тетради для письма по Брайлю – 3 шт.
- бумага для письма по Брайлю – 1 пачка;
- активный захват для инвалидов – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

Windows (зарубежное, возмездное), MS Office (зарубежное, возмездное), Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое), Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое), графический редактор GIMP (зарубежное, свободно распространяемое), Planner 5D (российское, свободно распространяемое), Sweet Home 3D (зарубежное, свободно распространяемое), Дизайн Интерьера 3D (российское, свободно распространяемое), КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое)

Для лиц с ОВЗ:

расширенный дверной проём (не менее 900 мм), оснащенный контрастной лентой для обеспечения безопасности передвижения маломобильных и слабовидящих лиц, перед входом и внутри аудитории предусмотрена зона для разворота кресла-коляски; перед входом установлено контрастное тактильное напольное покрытие, наименование аудитория («Аудитория для лиц с ОВЗ») и номер («105») продублировано шрифтом Брайля на дверных табличках контрастного цвета.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся – аудитория № 113 (в том числе, адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 6 шт.;
- стулья (включая стул преподавателя) – 6 шт.;
- ноутбуки с установленным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института – 6 шт.;
- компьютерные мыши – 6 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- МФУ – 1 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- доска маркерная – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое)

Аудитория расположена на 1 этаже, имеет расширенный дверной проём (не менее 900 мм), оснащенный контрастной лентой для обеспечения безопасности передвижения маломобильных и слабовидящих лиц, перед входом и внутри аудитории предусмотрена зона для разворота кресла-коляски; перед входом установлено контрастное тактильное напольное покрытие, наименование аудитория («Адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ») и номер («113») продублировано шрифтом Брайля на дверных табличках контрастного цвета.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 – научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. <https://student2.consultant.ru/> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент информационной справочной системы «КонсультантПлюс»