

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации
РПД_3-38.03.02.04_2020_108901
Актуализировано: 15.02.2021

Рабочая программа дисциплины
Маркетинговые коммуникации

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02
	шифр
	Менеджмент МиС
	наименование
Направленность (профиль)	3-38.03.02.04
	шифр
	Маркетинг
	наименование
Формы обучения	Очная
	наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)
	наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)
	наименование

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Катаева Наталья Николаевна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Овладение обучающимися теоретическими и практическими навыками разработки стратегии маркетинговых коммуникаций и оценки её эффективности
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - сформировать у обучающихся знания о процессе формирования системы маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации - сформировать навыки использования различных средств маркетинговых коммуникаций - сформировать навыки разработки стратегии маркетинговых коммуникаций - сформировать у обучающихся навыки аналитической, коммуникационной деятельности в области маркетинговых коммуникаций

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция ПК-1

владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры

Знает	Умеет	Владеет
основные теории мотивации, поведения потребителей, лидерства и власти, принципы групповой динамики; принципы формирования команды для решения маркетинговых стратегических и оперативных управленческих проектов, маркетинговые коммуникации в организационной культуре предприятия	организовывать работу команды маркетингового проекта, проводить аудит человеческих ресурсов при организации маркетинговых коммуникаций в проекте; осуществлять диагностику организационной и маркетинговой культуры	навыками использования основных теорий мотивации, поведения потребителей, лидерства и власти для решения маркетинговых стратегических и оперативных управленческих проектов; навыками организации групповой работы; навыками проведения аудита человеческих ресурсов при организации маркетинговых коммуникаций в проекте и осуществления диагностики организационной и маркетинговой культуры

Компетенция ПК-5

способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

Знает	Умеет	Владеет
<p>технологии проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа для принятия сбалансированных управленческих решений по основным бизнес-процессам функциональных подразделений компаний;</p> <p>основы анализа коммуникационных процессов между функциональными стратегиями при продвижении промышленных предприятий</p>	<p>применять технологии проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа для принятия сбалансированных управленческих решений по основным бизнес-процессам функциональных подразделений компан;</p> <p>анализировать коммуникационные процессы между функциональными стратегиями при продвижении промышленных предприятий</p>	<p>технологиями проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа для принятия сбалансированных управленческих решений по основным бизнес-процессам функциональных подразделений компаний;</p> <p>методиками анализа коммуникационных процессов между функциональными стратегиями при продвижении промышленных предприятий</p>

Компетенция ОПК-4

способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации

Знает	Умеет	Владеет
<p>структуру делового общения и публичных выступлений, основные правила и приемы проведения переговоров, совещаний, правила оформления и ведения деловой переписки и поддержания электронных коммуникаций</p>	<p>осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p>	<p>навыками, методами и приемами осуществления делового общения и публичных выступлений, проведения переговоров, совещаний, деловой переписки и поддержания электронных коммуникаций</p>

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Теоретические основы и базовые инструменты маркетинговых коммуникаций	ОПК-4, ПК-1
2	Дополнительные инструменты маркетинговых коммуникаций	ОПК-4, ПК-1
3	Оценка качества и эффективности маркетинговых коммуникаций	ПК-5
4	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ОПК-4, ПК-1, ПК-5

Формы промежуточной аттестации

Зачет	4 семестр (Очная форма обучения)
Экзамен	Не предусмотрен (Очная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения)

Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	2	4	144	4	100.5	68	34	34	0	43.5		4	

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Теоретические основы и базовые инструменты маркетинговых коммуникаций»		59.00
Лекции		
Л1.1	Понятие, сущность, модели коммуникации	2.00
Л1.2	Классификация маркетинговых коммуникаций	2.00
Л1.3	Реклама, как инструмент маркетинговых коммуникаций	4.00
Л1.4	Стимулирование сбыта	4.00
Л1.5	Директ-маркетинг и личная продажа	2.00
Л1.6	PR, пропаганда, паблисити	4.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Разработка кампании по продвижению предприятия (товара, услуги)	2.00
П1.2	Выбор целевой группы	2.00
П1.3	Выбор эффективного средства рекламы	2.00
П1.4	Разработка и оценка стимулирующих акций	2.00
П1.5	Формы директ-маркетинга	4.00
П1.6	Public Relations	2.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Самостоятельная работа обучающихся	16.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	11.00
Раздел 2 «Дополнительные инструменты маркетинговых коммуникаций»		47.00
Лекции		
Л2.1	Брендинг, как инструмент маркетинговых коммуникаций	2.00
Л2.2	Спонсорство	2.00
Л2.3	Выставки и ярмарки	2.00
Л2.4	Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продаж	2.00
Л2.5	Нестандартные средства продвижения	2.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Оценка стоимости брендов	2.00
П2.2	Спонсорский пакет	2.00
П2.3	Участие фирмы в выставках и ярмарках	2.00
П2.4	Инструменты мерчандайзинга	2.00
П2.5	Инструменты партизанского маркетинга	2.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Самостоятельная работа обучающихся	16.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	11.00

Раздел 3 «Оценка качества и эффективности маркетинговых коммуникаций»		34.00
Лекции		
ЛЗ.1	Процесс разработки кампании по продвижению	4.00
ЛЗ.2	Методы оценки эффективности маркетинговых коммуникаций	2.00
Семинары, практические занятия		
ПЗ.1	Выбор медиа-каналов и медиа-носителей	2.00
ПЗ.2	Составление медиа-плана рекламной кампании	2.00
ПЗ.3	Определение бюджета на продвижение	4.00
ПЗ.4	Оценка эффективности инструментов маркетинговых коммуникаций	2.00
Самостоятельная работа		
СЗ.1	Самостоятельная работа обучающихся	8.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВРЗ.1	Контактная внеаудиторная работа	10.00
Раздел 4 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		4.00
З4.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР4.1	Сдача зачета	0.50
ИТОГО		144.00

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся знакомятся на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

- 1) Дубровина, Н. А. Маркетинговые коммуникации : учеб. пособие / Н. А. Дубровина, Ю. И. Ряжева. - Самара : СамГУ, 2019. - 88 с. - ISBN 978-5-7883-1456-3 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/146983> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.
- 2) Лужнова, Н. В. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / Н.В. Лужнова. - Оренбург : ОГУ, 2016. - 141 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1643-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481768/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 3) Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. - Москва|Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. - 453 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9729-0217-0 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 4) Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / Финан. ун-т при Правительстве РФ ; ред. С. В. Карпова. - Москва : Юрайт, 2017. - 456 с. : рис., ил., фото. - (Бакалавр. Магистр). - Библиогр.: с. 376-377 (27 назв.). - ISBN 978-5-534-00354-3 : 1122.54 р. - Текст : непосредственный.

Учебная литература (дополнительная)

- 1) Катаева, Наталья Николаевна. Инновационные маркетинговые коммуникации : учеб.-метод. пособие для студентов направлений подготовки 38.03.06 "Торговое дело", 43.03.01 "Сервис" / Н. Н. Катаева, О. В. Фокина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - 2-е изд., перераб. и доп. - Киров : ВятГУ, 2018. - Б. ц. - Текст : электронный.
- 2) Бондаренко, Виктория Андреевна. Маркетинговые решения в управлении конкурентоспособностью предприятий. Маркетинговые аспекты управления конкурентоспособностью розничных торговых предприятий в современных российских реалиях : научное издание / В. А. Бондаренко. - Saarbrücken : LAP Lambert Academic Publishing, 2016. - 159 с. - Библиогр.: с. 142-154 (166 назв.). - ISBN 978-3-659-85813-0 : 300.00 р. - Текст : непосредственный.
- 3) Марусева, И. В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) : учебное пособие / И.В. Марусева, А.В. Кокарева. - Изд. 2-е, перераб. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 591 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9885-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282/> (дата обращения: 24.03.2020).

24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Амеличкин, А. В. Маркетинговые коммуникации в социально-культурной сфере : учеб. пособие / А. В. Амеличкин. - Орел : [б. и.], 2016. - 126 с. - 180.00 р. - Текст : непосредственный.

Учебно-методические издания

1) Катаева, Наталья Николаевна. Маркетинговые коммуникации : учеб.-метод. пособие для студентов направлений подготовки 38.03.02 "Менеджмент" / Н. Н. Катаева, О. В. Фокина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2018. - Б. ц. - Текст : электронный.

2) Катаева, Наталья Николаевна. Маркетинговые коммуникации : учеб.-метод. пособие для студентов направлений подготовки 38.03.02 "Менеджмент" / Н. Н. Катаева, О. В. Фокина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2018. - 60 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 25.10.2017). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

Периодические издания

1) Практический маркетинг : инф. для маркетинг. решений. - М. : ООО "Агенство VCI Marketing", 1997 - . - Выходит ежемесячно. - ISSN 2071-3762. - Текст : непосредственный.

Учебно-наглядное пособие

1) Экономическая теория : учебное наглядное пособие / ВятГУ, ИЭМ, ФЭиФ, каф. ЭК ; сост. Л. А. Суворова. - 3-е изд. - Киров : ВятГУ, 2020. - 486 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 19.11.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

Электронные образовательные ресурсы

1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>

2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.02.04

3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>

4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
Интерактивная доска Smart Board SB 480-H2
НОУТБУК Acer Aspire 5920G
Проектор Smart V25 к интерактивной доске

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:
https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=108901