

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_2021_122553
Актуализировано: 11.05.2021

Рабочая программа дисциплины
Маркетинговые коммуникации

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр
Направление подготовки	38.03.02 шифр
	Менеджмент 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 знаниями, умениями, 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 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-7

Способностью определять приоритетные направления проведения маркетинговых исследований, осуществлять руководство исследованиями, обеспечивать активное участие работников в проведении исследований, в том числе в сфере проектной деятельности, с целью формирования стратегических преимуществ организации

Знает	Умеет	Владеет
основные принципы и методы проведения маркетинговых исследований, способы определения приоритетных направлений исследований; функции руководителя и сотрудников в процессе проведения маркетинговых исследований, роль исследований в обеспечении стратегических преимуществ организации с помощью средств маркетинговых коммуникаций	определять приоритетные направления проведения маркетинговых исследований, применять методы проведения исследований на практике; осуществлять руководство исследованиями, стимулировать сотрудников к активному участию в проведении исследований эффективности использования средств продвижения, в том числе в проектной деятельности	методами сбора, обработки и анализа информации в ходе проведения маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; навыками руководства исследованиями для оценки эффективности средств продвижения, приемами вовлечения сотрудников в проведение исследований, в том числе в проектной деятельности

Компетенция УК-4

Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Знает	Умеет	Владеет
теоретические основы осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на	применять теоретические знания на практике, осуществлять деловые коммуникации в устной и	навыками осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном

государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
--	---	--

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Теоретические основы и базовые инструменты маркетинговых коммуникаций	ПК-7, УК-4
2	Дополнительные инструменты маркетинговых коммуникаций	ПК-7, УК-4
3	Разработка кампании по продвижению и оценка эффективности маркетинговых коммуникаций	ПК-7, УК-4
4	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ПК-7, УК-4

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	252	7	156	86	34	52	0	96		4	

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Теоретические основы и базовые инструменты маркетинговых коммуникаций»		98.00
Лекции		
Л1.1	Понятие, сущность, модели коммуникации	2.00
Л1.2	Классификация маркетинговых коммуникаций	2.00
Л1.3	Реклама, как инструмент маркетинговых коммуникаций	2.00
Л1.4	Стимулирование сбыта	2.00
Л1.5	Директ-маркетинг и личная продажа	2.00
Л1.6	Инструменты интернет-маркетинга	2.00
Л1.7	PR, пропаганда, паблисити	2.00
Л1.8	Современные тенденции применения средств маркетинговых коммуникаций	2.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Разработка кампании по продвижению предприятия (товара, услуги)	4.00
П1.2	Выбор целевой группы	4.00
П1.3	Выбор эффективного средства рекламы	4.00
П1.4	Разработка и оценка стимулирующих акций	2.00
П1.5	Формы директ-маркетинга	2.00
П1.6	Техника работы с возражениями	4.00
П1.7	Public Relations	2.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Самостоятельная работа обучающихся	36.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	24.00
Раздел 2 «Дополнительные инструменты маркетинговых коммуникаций»		88.00
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
Л2.6	Инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций	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	Виды выставочных стендов	2.00
П2.5	Инструменты мерчандайзинга	2.00
П2.6	Виды планировок торговых точек	2.00
П2.7	Инструменты партизанского маркетинга	4.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Самостоятельная работа обучающихся	36.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	24.00
Раздел 3 «Разработка кампании по продвижению и оценка эффективности маркетинговых коммуникаций»		62.00
Лекции		
Л3.1	Процесс разработки кампании по продвижению	2.00
Л3.2	Основные понятия медиа-планирования	2.00
Л3.3	Методы оценки эффективности маркетинговых коммуникаций	2.00
Семинары, практические занятия		
П3.1	Выбор медиа-каналов и медиа-носителей	4.00
П3.2	Составление медиа-плана рекламной кампании	4.00
П3.3	Определение бюджета на продвижение	4.00
П3.4	Оценка эффективности инструментов маркетинговых коммуникаций	2.00
Самостоятельная работа		
С3.1	Самостоятельная работа обучающихся	20.50
Контактная внеаудиторная работа		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	21.50
Раздел 4 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		4.00
34.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР4.1	Сдача зачета	0.50
ИТОГО		252.00

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) 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.
- 2) 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). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 3) 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.

4) Катаева, Наталья Николаевна. Инновационные маркетинговые коммуникации : учеб.-метод. пособие для студентов направлений подготовки 38.04.06 «Торговое дело», 43.04.01«Сервис» / Н. Н. Катаева, О. В. Фокина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - 2-е изд., перераб. и доп. - Киров : ВятГУ, 2018. - 76 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 25.10.2017). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

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) Катаева, Наталья Николаевна. Управление коммуникациями проекта : учебно-наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент" всех форм обучения / Н. Н. Катаева ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 25 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

2) Катаева, Наталья Николаевна. Директ-маркетинг : учебно-наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент" всех форм обучения / Н. Н. Катаева ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 18 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

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=122553