

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.01.2021 15:02:27

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085ac5b9ac1da145f4155621a10ee37e73a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра менеджмента, маркетинга и управления персоналом

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

Рабочая программа дисциплины Маркетинговые коммуникации

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинговая деятельность

Квалификация: бакалавр

Факультет экономики и менеджмента

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 4 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

Рабочая программа дисциплины Маркетинговые коммуникации / сост. ; Курск. гос. ун-т. - Курск, 2017. - с.

Рабочая программа составлена в соответствии со стандартом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12 января 2016 г. № 7 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 09 февраля 2016 г. № 41028)

Рабочая программа дисциплины "Маркетинговые коммуникации" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль Маркетинговая деятельность

Составитель(и):

© Курский государственный университет, 2017

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Формирование знаний и умений по выработке и внедрению эффективных решений в области маркетинговых коммуникаций.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ОД
--------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-4: способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации

Знать:

сущность, принципы, методы маркетинговых коммуникаций

Уметь:

разрабатывать планы мероприятий в рамках маркетинговых коммуникаций

Владеть:

навыками принятия решений о методах и способах маркетинговых коммуникаций

ПК-12: умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Знать:

формы коммуникаций с деловыми партнерами, маркетинговой средой

методы передачи информации деловым партнерам, целевой аудитории

Уметь:

анализировать применяемые формы коммуникаций с деловыми партнерами, маркетинговой средой

определять наиболее целесообразные методы передачи информации деловым партнерам, целевой аудитории

Владеть:

формы коммуникаций с деловыми партнерами, маркетинговой средой

навыками применения методов передачи информации деловым партнерам, целевой аудитории

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Система маркетинговых коммуникаций	Раздел			
1.1	Сущность маркетинговых коммуникаций	Лек	5	2	0
1.2	Сущность маркетинговых коммуникаций	Пр	5	4	0
1.3	Сущность маркетинговых коммуникаций	Ср	5	4	0
1.4	Интегрированные маркетинговые коммуникации	Лек	5	2	0
1.5	Интегрированные маркетинговые коммуникации	Пр	5	4	0
1.6	Интегрированные маркетинговые коммуникации	Ср	5	4	0

	Раздел 2. Связи с общественностью - ПР	Раздел			
2.1	Основные направления ПР	Лек	5	2	0
2.2	Основные направления ПР	Пр	5	4	0
2.3	Основные направления ПР	Ср	5	4	0
2.4	Формирование и защита имиджа предприятия	Лек	5	2	0
2.5	Формирование и защита имиджа предприятия	Пр	5	4	0
2.6	Формирование и защита имиджа предприятия	Ср	5	6	0
	Раздел 3. Ярмарки и выставки как элемент коммуникативной деятельности предприятия	Раздел			
3.1	Организация подготовки и проведения ярмарок, выставок	Лек	5	2	0
3.2	Организация подготовки и проведения ярмарок, выставок	Пр	5	4	0
3.3	Организация подготовки и проведения ярмарок, выставок	Ср	5	6	0
	Раздел 4. Личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций	Раздел			
4.1	Особенности личной продажи как инструмента коммуникации	Лек	5	2	0
4.2	Особенности личной продажи как инструмента коммуникации	Пр	5	4	0
4.3	Особенности личной продажи как инструмента коммуникации	Ср	5	6	0
4.4	Процесс личной продажи и его технологии	Лек	5	2	0
4.5	Процесс личной продажи и его технологии	Пр	5	4	0
4.6	Процесс личной продажи и его технологии	Ср	5	6	0
	Раздел 5. Стимулирование сбыта и продаж	Раздел			
5.1	Стимулирование сферы торговли и потребителей	Лек	5	2	0
5.2	Стимулирование сферы торговли и потребителей	Пр	5	4	0
5.3	Стимулирование сферы торговли и потребителей	Ср	5	6	0
	Раздел 6. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия	Раздел			
6.1	Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия	Лек	5	2	0
6.2	Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия	Пр	5	4	0
6.3	Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия	Ср	5	12	0

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и

одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
6.1. Рекомендуемая литература			
6.1.1. Основная литература			
	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л1.1	Мазилкина Е.И. - Маркетинговые коммуникации: учебное пособие - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.	http://www.iprbookshop.ru/57161.html	1
6.1.2. Дополнительная литература			
	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	- Интегрированные маркетинговые коммуникации - Москва: Юнити-Дана, 2015.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438	1
Л2.2	Голубкова Е. Н. - Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/97D5E319-C81E-4D96-9A25-3C35D77CC429	1
Л2.3	Ларионова И.А. - Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебное пособие - Москва: Издательский Дом МИСиС, 2015.	http://www.iprbookshop.ru/56554.html	1
Л2.4	Кметь Е.Б. - Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление: учебник - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016.	http://www.iprbookshop.ru/54491.html	1
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Энциклопедия маркетинга		
Э2	Advertology.Наука о рекламе		
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
7.3.1.1	Microsoft Windows XP Professional Open License: 47818817;		
7.3.1.2	Microsoft Office 2003 Suites Open License:41902857		
7.3.1.3	Google Chrome Свободная лицензия BSD;		
7.3.1.4	7-Zip Свободная лицензия GNU LGPL;		
7.3.1.5	Adobe Acrobat Reader DC Бесплатное программное обеспечение.		
7.3.1.6			
6.3.2 Перечень информационных справочных систем			
7.3.2.1	СПС Консультант плюс		
7.3.2.2	Научная электронная библиотека https://elibrary.ru/		
7.3.2.3	Университетская библиотека ONLINE http://biblioclub.ru/		
7.3.2.4	Электронно-библиотечная система IPRbook http://www.iprbookshop.ru/		
7.3.2.5	Электронно-библиотечная система Юрайт https://biblio-online.ru/		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 509. Стол ученический двухместный – 16 шт. Стол офисный однотумбовый прямой 115*67*73 – 1 шт. Стул ученический – 32 шт. Стул полумягкий ERA – 1 шт. Доска аудиторная – 1 шт. Настольная трибуна – 1 шт. Переносной мультимедийный проектор Optoma DX 211 DLP. 2500Lm.XGA.3500: 1, Мобильный ПК EMACHINES E510 – 1 шт.
7.2	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 514. Стол ученический двухместный – 1 шт. Стул ученический – 5 шт. Напольная трибуна дерево – 1 шт. Стол ученический двухместный – 12 шт. Стул ученический – 18 шт. Стул полумягкий ERA – 1 шт. Доска аудиторная – 1 шт. Жалюзи вертикальные (тканевые) Кристалл № 9 персик 5 этаж – 2 шт. Переносной мультимедийный проектор Optoma DX 211 DLP. 2500Lm.XGA.3500: 1, Мобильный ПК EMACHINES E510 – 1 шт.
7.3	Аудитория для самостоятельной работы, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 303. Столов – 55. Посадочных мест – 55. Моноблок (ASUS ET2220I) – 28 шт.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1. Указания по подготовке к занятиям лекционного типа Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, поэтому студентам	

рекомендуется перед очередной лекцией просмотреть по конспекту материал предыдущей. При затруднениях в восприятии материала следует обращаться к основным литературным источникам, к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

1.2. Указания по подготовке к занятиям семинарского типа

Практические занятия имеют следующую структуру:

- тема практического занятия;
- цели проведения практического занятия по соответствующим темам;
- задания состоят из контрольных вопросов, выполнения практических действий, задач, примеров.
- рекомендуемая литература.

1.3. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

1.4. Методические указания по работе с литературой

К каждой теме учебной дисциплины подобрана основная и дополнительная литература.

Основная литература - это учебники и учебные пособия.

Дополнительная литература - это монографии, сборники научных трудов, журнальные и газетные статьи, различные справочники, энциклопедии, интернет ресурсы.

В учебнике/ учебном пособии/ монографии следует ознакомиться с оглавлением и научно-справочным аппаратом, прочитать аннотацию и предисловие. Целесообразно ее пролистать, рассмотреть иллюстрации, таблицы, диаграммы, приложения. Такое поверхностное ознакомление позволит узнать, какие главы следует читать внимательно, а какие прочитать быстро.

Студенту следует использовать следующие виды записей при работе с литературой:

Конспект - краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Целью является не переписывание произведения, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов.

Цитата - точное воспроизведение текста. Заключается в кавычки. Точно указывается страница источника.

Тезисы - концентрированное изложение основных положений прочитанного материала.

Аннотация - очень краткое изложение содержания прочитанной работы.

Резюме - наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги и другие виды.