

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА"**

СОГЛАСОВАНО
Зав. выпускающей кафедры

УТВЕРЖДАЮ

Маркетинговые коммуникации
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Экономики, менеджмента и организации производства**

Учебный план z38.04.02_25_00.plx
38.04.02 Менеджмент

Квалификация **магистр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рп		
Вид занятий				
Лекции	8	8	8	8
Практические	8	8	8	8
Иная контактная	0,25	0,25	0,25	0,25
Итого ауд.	16,25	16,25	16,25	16,25
Контактная работа	16,25	16,25	16,25	16,25
Сам. работа	78	78	78	78
Часы на контроль	3,75	3,75	3,75	3,75
Контрольная работа	10	10	10	10
Итого	108	108	108	108

г. Рязань

Программу составил(и):

д.э.н., зав. каф., Евдокимова Е.Н.

Рабочая программа дисциплины

Маркетинговые коммуникации

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

составлена на основании учебного плана:

38.04.02 Менеджмент

утвержденного учёным советом вуза от 28.02.2025 протокол № 8.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от 28.04.2025 г. № 10

Срок действия программы: 20252027 уч.г.

Зав. кафедрой Евдокимова Елена Николаевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от ____ 2026 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от ____ 2027 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от ____ 2028 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2029-2030 учебном году на заседании кафедры

Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от ____ 2029 г. № ____

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Целью освоения дисциплины «Маркетинговые коммуникации» являются формирование у будущих специалистов твердых теоретических знаний и практических навыков в части маркетинговых коммуникаций.
1.2	Основные задачи освоения учебной дисциплины:
1.3	получение системы знаний о комплексе маркетинговых коммуникаций;
1.4	систематизация и закрепление практических навыков и умений по планированию различных видов маркетинговых коммуникаций

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Ознакомительная практика
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Практика по профилю профессиональной деятельности
2.2.2	Преддипломная практика
2.2.3	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

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

ПК-2: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием элементов комплекса маркетинга

ПК-2.2. Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы маркетинговых коммуникаций в организации

Знать

элементы комплекса маркетинга, особенности разработки и реализации маркетинговых программ

Уметь

принимать решения на основе результатов анализа внешней и внутренней среды предприятия

Владеть

разработки и реализации и совершенствования маркетинговых коммуникаций в организации

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	элементы комплекса маркетинга, особенности разработки и реализации маркетинговых программ
3.2	Уметь:
3.2.1	принимать решения на основе результатов анализа внешней и внутренней среды предприятия
3.3	Владеть:
3.3.1	разработки и реализации и совершенствования маркетинговых коммуникаций в организации

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Форма контроля
	Раздел 1. Теоретический раздел					
1.1	Маркетинговые коммуникации в системе маркетинга /Тема/	2	0			
1.2	Маркетинг как система. Коммуникационная модель маркетинга. Концепция интегрированной маркетинговой коммуникации (ИМК). Средства информации в маркетинговых коммуникациях. Роль комплекса коммуникаций в системе маркетинга. Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации. Разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации. /Лек/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.7 Л2.8 Л2.10 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы

1.3	Разбор кейсов: Маркетинговые коммуникации в системе маркетинга /Пр/	2	2	ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.7 Л2.8 Л2.10 Э1 Э2 Э3	Отчет о практической работе
1.4	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы /Ср/	2	18	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.7 Л2.8 Л2.10 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.5	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций /Тема/	2	0			
1.6	Реклама: понятие, виды, цели и функции Познавательные (когнитивные) аспекты рекламного воздействия на потребителя. Социально-психологические аспекты рекламы. Особенности разных видов рекламы. Разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж Организация рекламной кампании. Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации. Оценка эффективности рекламы. /Лек/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.7 Л2.8 Л2.10 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.7	Практическое задание: Разработка рекламной компании /Пр/	2	2	ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	Отчет о практической работе
1.8	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы /Ср/	2	18	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л2.7 Л2.8 Л2.10 Л2.11 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.9	Паблик рилейшенз в системе маркетинговых коммуникаций /Тема/	2	0			
1.10	Понятие и сущность PR (связи с общественностью. Основные формы PR. Организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации. Формирование имиджа и деловой репутации организации. /Лек/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.11	Разбор кейсов: Паблик рилейшенз в системе маркетинговых коммуникаций /Пр/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Э1 Э2 Э3	Отчет о практической работе
1.12	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы /Ср/	2	23	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.8 Л2.10 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.13	Стимулирование сбыта в системе маркетинговых мероприятий /Тема/	2	0			

1.14	Понятие стимулирования сбыта. Современные тенденции. Роль стимулирования сбыта в комплексе продвижения и его основные характеристики как маркетингового инструмента. Основные направления и цели. Стимулирование сбыта и маркетинговый план предприятия. Стратегии стимулирования. Специфика применения инструментов стимулирования на разных этапах жизненного цикла товара. Обзор основных методов стимулирования потребителей, включая их цели, преимущества и недостатки. Выбор формата и техники проведения акции или мероприятия для потребителей. Комплексное стимулирование сбыта. Основные методы стимулирования потребителей: предложение в денежной форме, в натуральной форме, в активной форме. Методы и средства стимулирования торговой сети и торгового персонала. Понятие и специфика трейдпромоушен. Основные направления и методы в сфере трейд-промоушен. Стратегические, специфические и разовые цели стимулирования торговли. Программа стимулирования торговли. /Лек/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.7 Л2.8 Л2.10 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.15	Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений. /Пр/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.7 Л2.8 Л2.10 Э1 Э2 Э3	Отчет о практической работе
1.16	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы /Ср/	2	19	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1Л2.3 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.10 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
	Раздел 2. Промежуточная аттестация					
2.1	Подготовка и сдача зачета /Тема/	2	0			
2.2	Сдача зачета /ИКР/	2	0,25	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.7 Л2.8 Л2.10 Э2 Э3	Зачет
2.3	Подготовка к зачету /Зачёт/	2	3,75	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.3 Л2.12 Э2 Э3	Контрольные вопросы
	Раздел 3. Контрольная работа для заочников					
3.1	Выполнение и сдача контрольной работы /Тема/	2	0			
3.2	Контрольная работа /КрЗ/	2	10	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2 Л1.4Л2.13 Э2 Э3	Контрольные вопросы

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценочные материалы приведены в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ "Оценочные материалы по дисциплине "Маркетинговые коммуникации").

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л1.1	Мазилкина Е. И.	Маркетинговые коммуникации : учебное пособие	Москва: Эксмо, 2010, 192 с.	978-5-699-40886-3, http://www.iprbookshop.ru/907.html
Л1.2	Невоструев П. Ю.	Маркетинговые коммуникации : учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2011, 199 с.	978-5-374-00297-3, http://www.iprbookshop.ru/10770.html
Л1.3	Синяева И. М., Маслова В. М., Романенкова О. Н., Синяев В. В., Синяева И. М.	Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «маркетинг», «рекламное дело», «связи с общественностью»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017, 504 с.	978-5-238-02309-0, http://www.iprbookshop.ru/71238.html
Л1.4	Лужнова Н. В.	Маркетинговые коммуникации : учебное пособие	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2016, 141 с.	978-5-7410-1643-5, http://www.iprbookshop.ru/71285.html
Л1.5	Лямзин О. Л.	Маркетинговые коммуникации : учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2016, 60 с.	978-5-7782-3115-3, http://www.iprbookshop.ru/91382.html

6.1.2. Дополнительная литература

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л2.1	Пичурин И. И., Обухов О. В., Эриашвили Н. Д.	Основы маркетинга. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «коммерция (торговое дело)», «маркетинг»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012, 383 с.	978-5-238-02090-7, http://www.iprbookshop.ru/8110.html
Л2.2	Ларионова И. А.	Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие	Москва: Издательский Дом МИСиС, 2015, 42 с.	978-5-87623-819-1, http://www.iprbookshop.ru/56554.html
Л2.3	Елкина О. С., Синявец Т. Д., Катунина Н. В., Веретено А. А., Судакова Т. В., Синявец Т. Д.	Управление маркетингом на предприятии : учебно-методическое пособие	Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016, 264 с.	978-5-7779-1994-6, http://www.iprbookshop.ru/59667.html
Л2.4	Делятицкая А. В., Косова А. В.	Маркетинг : учебное пособие	Москва: Российский государственный университет правосудия, 2016, 120 с.	978-5-93916-506-8, http://www.iprbookshop.ru/65864.html

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л2.5	Афонасова М. А.	Маркетинг : учебное пособие	Томск: Томский государствен ный университет систем управления и радиоэлектрон ики, 2015, 106 с.	2227-8397, http://www.iprbookshop.ru/72119.html
Л2.6	Эриашвили Н. Д., Коротков А. В., Синяева И. М.	Управление маркетингом : учебное пособие	Москва: ЮНИТИ- ДАНА, 2012, 463 с.	5-238-00883- Х, http://www.iprbookshop.ru/10488.html
Л2.7	Синяева И. М.	Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник	Москва: ЮНИТИ- ДАНА, 2012, 504 с.	978-5-238- 02309-0, http://www.iprbookshop.ru/10522.html
Л2.8	Батракова Е. В.	Маркетинг : учебно-методическое пособие для выполнения практических работ для студентов 2 курса обучающихся по специальности 080214 операционная деятельность в логистике	Черкесск: Северо- Кавказская государственна я гуманитарно- технологическа я академия, 2014, 37 с.	2227-8397, http://www.iprbookshop.ru/27200.html
Л2.9	Кметь Е. Б., Ким А. Г.	Управление маркетингом : учебник	Саратов: Вузовское образование, 2016, 284 с.	2227-8397, http://www.iprbookshop.ru/43373.html
Л2.10	Дуболазов В. А., Гаранин Д. А., Климин А. И., Лукашевич Н. С., Тихонов Д. В., Павлов Н. В., Пономарева О. А., Череватенко В. Н., Щеголев В. В., Дуболазов В. А.	Современные аспекты маркетинга	Санкт- Петербург: Санкт- Петербургский политехническ ий университет Петра Великого, 2014, 439 с.	978-5-7422- 4366-3, http://www.iprbookshop.ru/43972.html
Л2.11	Белоцерковская Н. В.	Маркетинговые коммуникации : методические рекомендации	Орск: Оренбургский государствен ный университет, ЭБС АСВ, Орский гуманитарно- технологическ ий институт (филиал) Оренбургского государственно го университета, 2013, 38 с.	2227-8397, http://www.iprbookshop.ru/51551.html

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л2.12	Кметь Е. Б.	Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление : учебник для магистров	Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016, 183 с.	978-5-9908055-3-8, http://www.iprbookshop.ru/54491.html
Л2.13	Соколова Н. Г.	Основы маркетинга : практикум	Саратов: Вузовское образование, 2016, 266 с.	2227-8397, http://www.iprbookshop.ru/54505.html

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: доступ по паролю. – URL: http://elibrary.ru
Э2	Электронно-библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: с любого компьютера РГРТУ - без пароля, из сети интернет - по паролю. – URL: https://iprbookshop.ru/
Э3	Электронная библиотека РГРТУ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: с любого компьютера РГРТУ - без пароля, из сети интернет - по паролю. - URL: http://elib.rsreu.ru/

6.3 Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

6.3.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

Наименование	Описание
Операционная система Windows	Коммерческая лицензия
Kaspersky Endpoint Security	Коммерческая лицензия
Adobe Acrobat Reader	Свободное ПО

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ http://www.garant.ru
6.3.2.2	Система КонсультантПлюс http://www.consultant.ru

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1	325 лабораторный корпус. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Специализированная мебель (29 посадочных мест), магнитно-маркерная доска, проектор, экран. ПК: ПЭВМ – 1 шт. Возможность подключения к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ.
2	414 учебно-административный корпус. Учебная аудитория для проведения учебных занятий Специализированная мебель (40 посадочных мест), магнитно-маркерная доска, экран. Мультимедийный проектор (NEC AOC 2050W) ПК: Intel Pentium G620/4Gb – 13 шт Возможность подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ
3	501 лабораторный корпус. Помещение для самостоятельной работы Специализированная мебель (37 посадочных мест) ПК: Intel Celeron CPVJ1800 – 25 шт. Возможность подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Методическое обеспечение дисциплины приведено в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ "Методические указания дисциплины "Маркетинговые коммуникации")

Оператор ЭДО ООО "Компания "Тензор"

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

ПОДПИСАНО
ЗАВЕДУЮЩИМ
КАФЕДРЫ

ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ, Евдокимова Елена Николаевна,
Заведующий кафедрой ЭМОП

Простая подпись

ПОДПИСАНО
ЗАВЕДУЮЩИМ
ВЫПУСКАЮЩЕЙ
КАФЕДРЫ

ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ, Евдокимова Елена Николаевна,
Заведующий кафедрой ЭМОП

Простая подпись