



Основная профессиональная образовательная программа
38.04.01 Экономика
(Экономика фирмы, отраслевых рынков и инновационной деятельности)

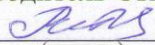
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра экономической теории, экономики и предпринимательства

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

 Р.С. Ибрагимова
(подпись)

« 30 » августа 2021 г.

Рабочая программа дисциплины
Система рыночных коммуникаций

Уровень высшего образования:	магистратура
Квалификация выпускника:	магистр
Направление подготовки:	38.04.01 Экономика
Направленность (профиль) образовательной программы:	Экономика фирмы, отраслевых рынков и инновационной деятельности

Иваново



Основная профессиональная образовательная программа
38.04.01 Экономика
(Экономика фирмы, отраслевых рынков и инновационной деятельности)

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Система рыночных коммуникаций» являются:

- углубление у магистрантов теоретико-методической базы знаний в области современных рыночных коммуникаций;
- развитие навыков практического применения этих знаний в профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина «Система рыночных коммуникаций» базируется на результатах освоения магистрантами ряда структурных элементов основной образовательной программы магистратуры, а именно, на знаниях и умениях, приобретенных при изучении следующих дисциплин: маркетинговые каналы, логистика, экономика фирмы, маркетинговые исследования.

Для освоения данной дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные понятия, термины, методы, структуру личности и общества, структуру и виды коммуникаций;
- значение коммуникации и делового общения в организации; психологическую специфику процессов восприятия и понимания информации.

Уметь:

- различать индивидуальные, групповые и организационные процессы в организации;
- находить организационно-управленческие решения и нести за них ответственность;
- работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах.

Иметь: практический опыт/Иметь навыки в области маркетинговые каналы, логистика, экономика фирмы, маркетинговые исследования.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

а) профессиональные (ПК):

ПК-4 Способен производить анализ хозяйственной деятельности организации, составлять и анализировать финансово-экономическую отчетность организации, прогнозировать динамику основных финансово-экономических показателей деятельности организации, составлять аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений.

ПК-7 Способен применять методы формирования и использования баз данных организации, использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов, принятия управленческих решений и разработки инноваций.

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения формируемых компетенций

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- понятие, структуру и составные элементы комплекса бизнес-коммуникаций; (ПК-4)
- основы законодательного регулирования рекламной и иной коммуникационной деятельности в сфере использования информации в РФ; (ПК-4)
- особенности применения, преимущества и недостатки различных видов и средств бизнес-коммуникаций; (ПК-4)



Основная профессиональная образовательная программа
38.04.01 Экономика
(Экономика фирмы, отраслевых рынков и инновационной деятельности)

- методы разработки коммуникационной стратегии; (ПК-7)
 - методы планирования рекламной кампании, PR-кампании, акций по стимулированию сбыта и личных продаж; (ПК-7)
 - критерии выбора коммуникационных и рекламных агентств для сотрудничества; (ПК-4)
 - этику деловых коммуникаций. (ПК-4)
- Уметь:
- осуществлять планирование и контроль коммуникационной деятельности предприятия; (ПК-7)
 - разрабатывать рекламное обращение; (ПК-7)
 - формировать бюджет комплекса коммуникаций; (ПК-7)
 - организовывать рекламную службу и PR-службу предприятия; (ПК-7)
 - оценивать эффективность коммуникационного процесса предприятия с маркетинговой средой; (ПК-7)
 - планировать и вести деловые переговоры; (ПК-7)
 - эффективно взаимодействовать со средствами массовой информации. (ПК-7)
- Иметь:
- навыки владения понятийным аппаратом в области бизнес-коммуникаций; (ПК-4)
 - навыки владения методами рекламных и иных маркетинговых исследований в сфере бизнес-коммуникаций; (ПК-7)
 - приемами медиапланирования. (ПК-7)

4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 академических часов).

4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

Объем иной контактной работы и самостоятельной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения) Формы промежуточной аттестации
			Занятия лекцион- ного типа	Занятия семинар- ского типа	
1.	Реклама в системе рыночных коммуникаций	4	3		Опрос
	Организация и планирование рекламной деятельности	4		1	Опрос, тесты
	Разработка рекламного обращения	4		1	Опрос, разбор ситуаций
	Средства передачи рекламного обращения и медиапланирование	4		1	тесты, доклады
	Организация рекламных исследований	4		1	Опрос, разбор ситуаций
	Эффективность рекламной деятельности	4		1	Опрос, тесты, доклады
2.	Связи с общественностью в системе рыночных коммуникаций	4	3		Опрос, разбор ситуаций
	Организация и планирование PR- деятельности	4		1	Опрос, тесты,



Основная профессиональная образовательная программа
38.04.01 Экономика
(Экономика фирмы, отраслевых рынков и инновационной деятельности)

	СМИ и Public Relations в системе публичной коммуникации. PR–технологии и мероприятия.	4		1	Опрос, тесты, разбор ситуаций
	Маркетинговые исследования и оценка эффективности Public Relations	4		1	Опрос, разбор ситуаций
3.	Организация и планирование стимулирования сбыта	4	2		Опрос, доклады, разбор ситуаций
4.	Прямой маркетинг и личные продажи в системе рыночных коммуникаций	4	2		Опрос, разбор ситуаций
	Организация и планирование персональной продажи	4		1	Опрос, тесты, разбор ситуаций
	Современные технологии персональной продажи. Деловые переговоры	4		1	Опрос, тесты, доклады, разбор ситуаций
Итого по дисциплине:			10	10	Зачет

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очно-заочной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очно-заочной форме обучения) Формы промежуточной аттестации
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	
1.	Реклама в системе рыночных коммуникаций	5	2		Опрос
	Организация и планирование рекламной деятельности	5		1	Опрос, тесты
	Разработка рекламного обращения	5		1	Опрос, разбор ситуаций
	Средства передачи рекламного обращения и медиапланирование	5		1	тесты, доклады
	Организация рекламных исследований	5		1	Опрос, разбор ситуаций
	Эффективность рекламной деятельности	5		1	Опрос, тесты, доклады
2.	Связи с общественностью в системе рыночных коммуникаций	5	2		Опрос, разбор ситуаций
	Организация и планирование PR- деятельности	5		1	Опрос, тесты,
	СМИ и Public Relations в системе публичной коммуникации. PR–технологии и мероприятия.	5		1	Опрос, тесты, разбор ситуаций
	Маркетинговые исследования и оценка эффективности Public Relations	5		1	Опрос, разбор ситуаций
3.	Организация и планирование стимулирования сбыта	5	2		Опрос, доклады, разбор ситуаций
4.	Прямой маркетинг и личные продажи в системе рыночных коммуникаций	5	2		Опрос, разбор ситуаций
	Организация и планирование	5		1	Опрос, тесты, разбор



Основная профессиональная образовательная программа
38.04.01 Экономика
(Экономика фирмы, отраслевых рынков и инновационной деятельности)

	персональной продажи				ситуаций
	Современные технологии персональной продажи. Деловые переговоры	5		1	Опрос, тесты, доклады, разбор ситуаций
Итого по дисциплине:			8	10	Зачет

4.2. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

Тема 1. Реклама в системе рыночных коммуникаций

Организация и планирование рекламной деятельности в России и за рубежом. Специфика разработка рекламного обращения для различных отраслей экономики. Средства передачи рекламного обращения и медиапланирование. Организация рекламных исследований. Эффективность рекламной деятельности.

Тема 2. Связи с общественностью в системе рыночных коммуникаций

Организация и планирование PR- деятельности. СМИ и Public Relations в системе публичной коммуникации. PR–технологии и мероприятия. Маркетинговые исследования и оценка эффективности Public Relations

Тема 3. Организация и планирование стимулирования сбыта

Место товара на рынке. Цели на предстоящий год. Программа действий. Бюджет.

Тема 4. Прямой маркетинг и личные продажи в системе рыночных коммуникаций

Мероприятия прямого маркетинга. Организация и планирование персональной продажи. Современные технологии персональной продажи.

5. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ОП при чтении лекций мультимедийные технологии, для чего занятия проводятся в аудиториях, оборудованных экраном, видеопроектором, персональными компьютерами.

Практические (семинарские) занятия включают следующие формы:

- деловые игры;
- метод «кейс-стади»;
- метод разработки проектов.

Для проверки результатов усвоения конкретного раздела дисциплины студентами (промежуточный контроль знаний, умений и навыков) выполняются аудиторные контрольные задания (работы) в виде задач, тестов или контрольных вопросов.

Для организации внеаудиторной самостоятельной работы по данной дисциплине целесообразно использовать следующие ее формы:

- технологии проектного обучения, предполагающего разработку группового проекта решения конкретных задач для реально существующего предприятия.
- технологии смешанного обучения;
- выполнение домашних заданий разнообразного характера: решение задач или тестов по темам курса, подбор и изучение дополнительной специальной литературы, поиск в сети Интернет иллюстративного и описательного материала по отдельным разделам и темам курса.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студентов включает: изучение нового материала при подготовке к практическим занятиям с использованием лекций, основной и дополнительной литературы, методических указаний (Приложение 1 к рабочей программе).



Основная профессиональная образовательная программа
38.04.01 Экономика
(Экономика фирмы, отраслевых рынков и инновационной деятельности)

Для организации самостоятельной работы студентов применяется информационная система «ЭИОС». Доступ к данной системе обеспечивается на основе регистрации студента в данной информационно-образовательной среде.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные средства для проведения входного, текущего и итогового контроля: контрольные работы, устный опрос, защиты проектов, проверка домашних работ по заданиям отдельных тем курса.

Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы студентов приведены в Методических указаниях к изучению курса.

Форма проведения зачета — устная.

Используется система накопительной оценки.

Комплексная оценка, выставляемая в зачетке студента за весь курс, складывается из нескольких составляющих:

Показатель	максимальная сумма баллов
посещаемость лекций и практических занятий	100
активность на практических занятиях	250
контрольная работа	150
зачет	500
<i>Итого</i>	1000

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Горфинкель, В.Я. Коммуникации и корпоративное управление : учебное пособие / В.Я. Горфинкель, В.С. Торопцов, В.А. Швандар. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 129 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00923-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119552>

2. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяева. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 504 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02309-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438>

Дополнительная литература:

1. Попова, Г. Коммуникационная политика / Г. Попова. - М. : Лаборатория книги, 2010. - 61 с. - ISBN 978-5-905815-11-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97148>

2. Жуков, Е.Т. Маркетинговая политика продвижения продукции / Е.Т. Жуков. - М. : Лаборатория книги, 2010. - 143 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87342>

3. Бузин, С.В. Коммуникации в современной организации: сущность, элементы и этапы коммуникационного процесса, их значимость в повышении эффективности менеджмент / С.В. Бузин. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 82 с. - ISBN 978-5-504-00052-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141265>

4. Зинченко, В.Г. Межкультурная коммуникация: от системного подхода к синергетической парадигме : учебное пособие / В.Г. Зинченко, В.Г. Зусман, З.И. Кирнозе. - М. : Флинта, 2007. - 224



Основная профессиональная образовательная программа
38.04.01 Экономика
(Экономика фирмы, отраслевых рынков и инновационной деятельности)

- с. - ISBN 978-5-89349-472-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=79344](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=79344)
5. Крупенков, В.В. Государственные и бизнес-коммуникации : учебно-практическое пособие / В.В. Крупенков, Н.А. Мамедова, А.Н. Грачев. - М. : Евразийский открытый институт, 2011. - 115 с. - ISBN 978-5-374-00564-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90968](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90968) (12.11.2016).
6. Мандель, Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие для обучающихся в магистратуре / Б.Р. Мандель. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 438 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-8351-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847) (12.11.2016).
7. Михайлова, К.Ю. Международные деловые переговоры / К.Ю. Михайлова, А.В. Трухачев ; ФГБОУ ВПО «Ставропольский государственный аграрный университет». - 6-е изд., перераб. и доп. - Ставрополь : Агрус, 2013. - 368 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-9596-0974-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277468](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277468) (12.11.2016).
8. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриева. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422) (12.11.2016).

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет» <https://uni.ivanovo.ac.ru>
2. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:
3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru
4. Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>
5. Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>
6. Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office и(или) LibreOffice, интернет-браузер Microsoft Edge и(или) Yandex Browser.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории:

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;
- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации: презентации, аудио-визуальные пособия (видеоматериалы).



Основная профессиональная образовательная программа
38.04.01 Экономика
(Экономика фирмы, отраслевых рынков и инновационной деятельности)

Автор(ы) рабочей программы дисциплины: доцент, канд. экон. наук Кирьянов Алексей Евгеньевич

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры экономической теории, экономики и предпринимательства

« 30 » августа 2021 г., протокол № 1

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ Р.С. Ибрагимова
(подпись)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ Р.С. Ибрагимова
(подпись)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20__ г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ Р.С. Ибрагимова
(подпись)