



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

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра экономики и организации предпринимательства

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

Р.С. Ибрагимова Р.С. Ибрагимова
(подпись)

« 13 » июня 20 18 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 и отраслевых рынков
Тип образовательной программы: программа академической магистратуры



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

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 «Система рыночных коммуникаций» относится к вариативной части в структуре ОП.

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:

- Управление маркетингом;
- Стратегическое планирование;
- 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;

Владеть:

культурой мышления, методами обобщения и анализа информации, постановки целей и выбора путей их достижения

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

а) общепрофессиональные (ОПК):

ОПК-2 - готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

б) профессиональные (ПК):

ПК-1 - способность обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований;

ПК-3 - способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой;



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

ПК-5 - способность самостоятельно осуществлять подготовку заданий и разрабатывать проектные решения с учетом фактора неопределенности, разрабатывать соответствующие методические и нормативные документы, а также предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ;

ПК-6 - способность оценивать эффективность проектов с учетом фактора неопределенности;

ПК-9 - способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов;

ПК-12 - способность разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности.

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с формируемыми компетенциями

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- понятие, структуру и составные элементы комплекса бизнес-коммуникаций (ОК-1; ПК-1);
- основы законодательного регулирования рекламной и иной коммуникационной деятельности в сфере использования информации в РФ (ПК-6; ПК-9);
- особенности применения, преимущества и недостатки различных видов и средств бизнес-коммуникаций (ПК-6; ПК-9);
- методы разработки коммуникационной стратегии (ПК-12);
- методы планирования рекламной кампании, PR-кампании, акций по стимулированию сбыта и личных продаж (ПК-5);
- критерии выбора коммуникационных и рекламных агентств для сотрудничества (ПК-9);

Уметь:

- осуществлять планирование и контроль коммуникационной деятельности предприятия (ПК-5; ПК-6);
- разрабатывать рекламное обращение (ПК-5);
- формировать бюджет комплекса коммуникаций (ПК-6; ПК-9);
- организовывать рекламную службу и PR-службу предприятия (ПК-12);
- оценивать эффективность коммуникационного процесса предприятия с маркетинговой средой (ПК-1);
- планировать и вести деловые переговоры (ПК-5)

Владеть:

- понятийным аппаратом в области бизнес-коммуникаций (ПК-5, ПК-6);
- методами рекламных и иных маркетинговых исследований в сфере бизнес-коммуникаций (ПК-3; ПК-6, ПК-9);
- приемами медиапланирования (ПК-12);

4. Объем и содержание дисциплины

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

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.



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

№ 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)
			Занятия лекцион- ного типа	Занятия семинар- ского типа	Формы промежуточной аттестации
1.	Реклама в системе рыночных коммуникаций		3		Опрос
	Организация и планирование рекламной деятельности			1	Опрос, тесты
	Разработка рекламного обращения			1	Опрос, разбор ситуаций
	Средства передачи рекламного обращения и медиапланирование			1	тесты, доклады
	Организация рекламных исследований			1	Опрос, разбор ситуаций
	Эффективность рекламной деятельности			1	Опрос, тесты, доклады
2.	Связи с общественностью в системе рыночных коммуникаций		3		Опрос, разбор ситуаций
	Организация и планирование PR- деятельности			1	Опрос, тесты,
	СМИ и Public Relations в системе публичной коммуникации. PR– технологии и мероприятия.			1	Опрос, тесты, разбор ситуаций
	Маркетинговые исследования и оценка эффективности Public Relations			1	Опрос, разбор ситуаций
3.	Организация и планирование стимулирования сбыта		2		Опрос, доклады, разбор ситуаций
4.	Прямой маркетинг и личные продажи в системе рыночных коммуникаций		2		Опрос, разбор ситуаций
	Организация и планирование персональной продажи			1	Опрос, тесты, разбор ситуаций
	Современные технологии персональной продажи. Деловые переговоры			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)
			Занятия лекцион- ного типа	Занятия семинар- ского типа	Формы промежуточной аттестации
1.	Реклама в системе рыночных коммуникаций		3		Опрос
	Организация и планирование			1	Опрос, тесты



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

	рекламной деятельности				
	Разработка рекламного обращения			1	Опрос, разбор ситуаций
	Средства передачи рекламного обращения и медиапланирование			1	тесты, доклады
	Организация рекламных исследований			1	Опрос, разбор ситуаций
	Эффективность рекламной деятельности			1	Опрос, тесты, доклады
2.	Связи с общественностью в системе рыночных коммуникаций		3		Опрос, разбор ситуаций
	Организация и планирование PR- деятельности			1	Опрос, тесты,
	СМИ и Public Relations в системе публичной коммуникации. PR–технологии и мероприятия.			1	Опрос, тесты, разбор ситуаций
	Маркетинговые исследования и оценка эффективности Public Relations			1	Опрос, разбор ситуаций
3.	Организация и планирование стимулирования сбыта		2		Опрос, доклады, разбор ситуаций
4.	Прямой маркетинг и личные продажи в системе рыночных коммуникаций		2		Опрос, разбор ситуаций
	Организация и планирование персональной продажи			1	Опрос, тесты, разбор ситуаций
	Современные технологии персональной продажи. Деловые переговоры			1	Опрос, тесты, доклады, разбор ситуаций
Итого по дисциплине:			10	10	Зачет

4.2. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

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.

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

3. Организация и планирование стимулирования сбыта

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

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



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

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.
- 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).

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



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

	<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 с. - ISBN 978-5-89349-472-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <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: <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: <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: <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: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422> (12.11.2016).



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

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет»
<https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>

Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>

Научная электронная Библиотека eLIBRARY.RU (ООО «Интра-Центр+»)
<https://elibrary.ru>

(Лицензионное соглашение №507 от 23.05.2002)

СПС «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/online/> и бесплатный доступ в компьютерных классах)

Бесплатная база данных ГОСТ <https://docplan.ru/> (Доступ свободный, Срок доступа: с 01.01.2019 по 31.12.2024)

Программное обеспечение:

операционная система Microsoft Windows, Internet Explorer, Microsoft Defender, Adobe Acrobat Reader, КонсультантПлюс, Moodle.

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, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;

- для проведения групповых и индивидуальных консультаций 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: демонстрационное оборудование, электронные пособия (презентации); аудио-визуальные пособия (аудиозаписи, видеоматериалы и т.п.), наглядные и печатные пособия.



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

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

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры экономики и организации предпринимательства

« 15 » мая 2018 г., протокол № 9

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № 1 от « 02 » сентября 2019 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)