

**Министерство науки и высшего образования РФ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

---

Направление подготовки/специальность: 38.04.02 Менеджмент

Наименование образовательной программы: Управление проектами

Уровень образования: высшее образование - магистратура

Форма обучения: Очно-заочная

**Рабочая программа дисциплины**  
**МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ**


<b>Блок:</b>	<b>Блок 1 «Дисциплины (модули)»</b>
<b>Часть образовательной программы:</b>	<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>
<b>№ дисциплины по учебному плану:</b>	<b>Б4.Ч.01</b>
<b>Трудоемкость в зачетных единицах:</b>	<b>3 семестр - 2;</b>
<b>Часов (всего) по учебному плану:</b>	<b>72 часа</b>
<b>Лекции</b>	<b>3 семестр - 8 часов;</b>
<b>Практические занятия</b>	<b>3 семестр - 8 часов;</b>
<b>Лабораторные работы</b>	<b>не предусмотрено учебным планом</b>
<b>Консультации</b>	<b>проводится в рамках часов аудиторных занятий</b>
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>3 семестр - 55,7 часа;</b>
<b>в том числе на КП/КР</b>	<b>не предусмотрено учебным планом</b>
<b>Иная контактная работа</b>	<b>проводится в рамках часов аудиторных занятий</b>
<b>включая:</b> Тестирование Кейс (решение конкретных производственных ситуаций) Контрольная работа	
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
<b>Зачет</b>	<b>3 семестр - 0,3 часа;</b>

**Москва 2023**

**ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:**

Преподаватель

(должность)

	<b>Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»</b>	
	<b>Сведения о владельце ЦЭП МЭИ</b>	
	Владелец	Колесникова О.В.
	Идентификатор	R3162f4d9-KolesnikovaOV-4017a20

(подпись)

О.В.


Колесникова

(расшифровка подписи)

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий выпускающей  
кафедры

(должность, ученая степень, ученое звание)

	<b>Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»</b>	
	<b>Сведения о владельце ЦЭП МЭИ</b>	
	Владелец	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c5

(подпись)

Н.Л. Кетоева

(расшифровка подписи)

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины:** Формирование знаний и умений по выработке и внедрению эффективных решений в организации в области маркетинговых коммуникаций

### Задачи дисциплины

- рассмотреть сущность понятий коммуникационный процесс, коммуникации организации, маркетинговые коммуникации;;
- изучить виды маркетинговых коммуникаций, область их применения, преимущества и недостатки;;
- изучить сущность, цели и функции PR деятельности фирмы, рассмотреть формы деловой активности, получить представление о методах оценки эффективности деятельности по связям с общественностью;;
- рассмотреть различные формы современных маркетинговых коммуникаций, получить знания по вопросам их использования в деятельности организации..

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ПК-1 Способен осуществлять стратегическое управление проектами и программами по внедрению новых методов и моделей организации и планирования деятельности организации	ИД-5 <sub>ПК-1</sub> Демонстрирует знания современных принципов управления производственной, маркетинговой, инновационной, кадровой и финансовой сферами деятельности предприятия на основе методологии стратегического управления	знать: - Методы и приемы маркетинговых коммуникаций; - подходы к разработке и реализации программ маркетинговых коммуникаций.  уметь: - Определять методы коммуникаций в зависимости от особенностей целевой аудитории; - Разрабатывать программы маркетинговых коммуникаций.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам основной профессиональной образовательной программе Управление проектами (далее – ОПОП), направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, уровень образования: высшее образование - магистратура.

Требования к входным знаниям и умениям:  
- знать "Маркетинг"

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания	
				Контактная работа							СР				
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль		
КПР	ГК	ИККП	ТК												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	Сущность маркетинговых коммуникаций	16	3	2	-	2	-	-	-	-	-	12	-	<b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Сущность маркетинговых коммуникаций" <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 24-46 [2], 145-176	
1.1	Теория коммуникационного процесса	8		1	-	1	-	-	-	-	-	6	-		
1.2	Элементы коммуникационного процесса	8		1	-	1	-	-	-	-	-	6	-		
2	Личная продажа и стимулирование сбыта	16		2	-	2	-	-	-	-	-	-	12	-	<b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b> Изучение материалов по разделу Личная продажа и стимулирование сбыта и подготовка к контрольной работе <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 125-156 [3], 56-78
2.1	Этапы процесса личной продажи	8		1	-	1	-	-	-	-	-	6	-		
2.2	Стимулирование сбыта	8		1	-	1	-	-	-	-	-	6	-		
3	Связи с общественностью. Реклама	22		4	-	4	-	-	-	-	-	-	14	-	<b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Связи с общественностью. Реклама" <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 189-216 [3], 91-123
3.1	Связи с общественностью	11		2	-	2	-	-	-	-	-	7	-		
3.2	Реклама, как инструмент маркетинговых коммуникаций.	11		2	-	2	-	-	-	-	-	7	-		
	Зачет	18.0		-	-	-	-	-	-	-	0.3	-	17.7		

	<b>Всего за семестр</b>	<b>72.0</b>		<b>8</b>	<b>-</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0.3</b>	<b>38</b>	<b>17.7</b>	
	<b>Итого за семестр</b>	<b>72.0</b>		<b>8</b>	<b>-</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0.3</b>	<b>38</b>	<b>17.7</b>	

**Примечание:** Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПр – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

### **3.2 Краткое содержание разделов**

#### 1. Сущность маркетинговых коммуникаций

##### 1.1. Теория коммуникационного процесса

Теория коммуникационного процесса. Сущность маркетинговых коммуникаций..

##### 1.2. Элементы коммуникационного процесса

Изучение элементов коммуникационного процесса. Определение маркетинговой и немаркетинговой коммуникации.

#### 2. Личная продажа и стимулирование сбыта

##### 2.1. Этапы процесса личной продажи

Этапы процесса личной продажи. Технология бумеранга. Трехшаговая трансформация.

##### 2.2. Стимулирование сбыта

Организация взаимодействия поставщика с дистрибьютором. Стимулирование сбытовых работников фирмы.

#### 3. Связи с общественностью. Реклама

##### 3.1. Связи с общественностью

Анализ корпоративного имиджа. Разработка фирменного стиля. Составление пресс-релиза..

##### 3.2. Реклама, как инструмент маркетинговых коммуникаций.

Закон «О рекламе». Выбор эффективных средств рекламы. Выбор темы рекламного сообщения. Разработка макета наружной рекламы. Оценка эффективности рекламы..

### **3.3. Темы практических занятий**

1. Сущность маркетинговых коммуникаций;
2. Стимулирование сбыта;
3. Связи с общественностью;
4. Реклама, как инструмент маркетинговых коммуникаций.;
5. Этапы процесса личной продажи.

### **3.4. Темы лабораторных работ**

не предусмотрено

### **3.5 Консультации**

### **3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ**

Курсовой проект/ работа не предусмотрены

### 3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)			Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	
<b>Знать:</b>					
подходы к разработке и реализации программ маркетинговых коммуникаций	ИД-5ПК-1	+	+		Тестирование/Личная продажа
Методы и приемы маркетинговых коммуникаций	ИД-5ПК-1	+			Тестирование/Сущность маркетинговых коммуникаций
<b>Уметь:</b>					
Разрабатывать программы маркетинговых коммуникаций	ИД-5ПК-1			+	Контрольная работа/Связи с общественностью и реклама
Определять методы коммуникаций в зависимости от особенностей целевой аудитории	ИД-5ПК-1		+		Кейс (решение конкретных производственных ситуаций)/Стимулирование сбыта

## **4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)**

### **4.1. Текущий контроль успеваемости**

#### **3 семестр**

Форма реализации: Письменная работа

1. Личная продажа (Тестирование)
2. Связи с общественностью и реклама (Контрольная работа)
3. Стимулирование сбыта (Кейс (решение конкретных производственных ситуаций))
4. Сущность маркетинговых коммуникаций (Тестирование)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

### **4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине**

#### *Зачет (Семестр №3)*

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ».

В диплом выставляется оценка за 3 семестр.

**Примечание:** Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

## **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1 Печатные и электронные издания:**

1. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник для вузов по направлениям 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.05 "Бизнес-информатика", 38.03.06 "Торговое дело" (квалификация (степень) "бакалавр") / Е. С. Григорян . – Москва : ИНФРА-М, 2020 . – 294 с. – (Высшее образование . Бакалавриат) . - ISBN 978-5-16-014741-3 .;
2. А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков- "Маркетинг", Издательство: "Дашков и К", Москва, 2018 - (440 с.)  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496077>;
3. Алексунин В. А., Дубаневич Е. В., Скляр Е. Н. - "Маркетинговые коммуникации: Практикум", Издательство: "Дашков и К", Москва, 2016 - (196 с.)  
<https://e.lanbook.com/book/93365>.

### **5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Майнд Видеоконференции.

### **5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:**

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - [http://biblioclub.ru/index.php?page=main\\_ub\\_red](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red)



### 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	К-511, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	парта со скамьей, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус
	К-520, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	К-504, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, доска меловая, мультимедийный проектор, экран, кондиционер
	К-509, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	К-504, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, доска меловая, мультимедийный проектор, экран, кондиционер
	К-509, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус
	К-511, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	парта со скамьей, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус
	К-520, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-302, Читальный зал отдела обслуживания учебной литературой	стул, стол письменный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный
	НТБ-303,	стол компьютерный, стул, стол

	Компьютерный читальный зал	письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер
	НТБ-301, Учебная аудитория кафедры "БИТ"	парта, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран
Помещения для консультирования	М-909, Помещение кафедры «РСиЛ»	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стол для работы с документами, стул, шкаф, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, стенд информационный
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	М-901а, Архивное помещение ГПИ	кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул

**БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ****Маркетинговые коммуникации в организациях**

(название дисциплины)

**3 семестр****Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:**

КМ-1 Сущность маркетинговых коммуникаций (Тестирование)

КМ-2 Личная продажа (Тестирование)

КМ-3 Стимулирование сбыта (Кейс (решение конкретных производственных ситуаций))

КМ-4 Связи с общественностью и реклама (Контрольная работа)

**Вид промежуточной аттестации – Зачет.**

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
		Неделя КМ:	3	9	12	15
1	Сущность маркетинговых коммуникаций					
1.1	Теория коммуникационного процесса		+			
1.2	Элементы коммуникационного процесса			+		
2	Личная продажа и стимулирование сбыта					
2.1	Этапы процесса личной продажи			+	+	
2.2	Стимулирование сбыта				+	
3	Связи с общественностью. Реклама					
3.1	Связи с общественностью					+
3.2	Реклама, как инструмент маркетинговых коммуникаций.					+
Вес КМ, %:			25	25	25	25