

*Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Северо-Осетинский государственный университет
имени Коста Левановича Хетагурова»*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Маркетинговые коммуникации»**

Направление/специальность 38.03.02 Менеджмент

Квалификация (степень) выпускника –Бакалавр

Владикавказ

2021

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению (специальности) 38.03.02 Менеджмент, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.20г. N 970, учебным планом подготовки бакалавра по направлению 38.03.02 Менеджмент, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» от 29.04.2021г. (протокол № 11)

Составители: к.э.н., доцент Бекмурзаева З.Х.

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры Менеджмента, маркетинга и туризма

(протокол от « 12 » апреля 2021 г. № 6).

Зав. кафедрой_____.С.Ф.Дзагоев

Одобрена советом факультета экономики и управления

(протокол от «15» апреля 2021г. № 7)

Председатель совета факультета_____/Л.М. Цаллагова

Рабочая программа дисциплины принята в составе основной профессиональной образовательной программы решением ученого совета 29.04.2021, протокол № 11. Утверждена приказом СОГУ от 30.04.2021, № 106 .

1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет -3 зачётные единицы.(108 час.).

	Очная форма обучения
Курс	2
Семестр	4
Лекции	28
Практические занятия	32
Лабораторные занятия	-
Консультации	
Итого аудиторных занятий	60
Самостоятельная работа	48
Курсовая работа	-
Зачет	+
Экзамен	-
Общее количество часов	108 час.

2. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинговые коммуникации» является получение студентами знаний, умений и владений в работе с комплексом маркетинговых коммуникаций, его элементами и их взаимосвязью.

Задачи изучения дисциплины:

- определение роли, места маркетинговых коммуникаций в рыночной экономике;
- изучение основных элементов маркетинговых коммуникаций (МК), в том числе рекламы, PR, ярмарочно - выставочной деятельности, электронной коммерции, стимулирования продаж и пр.;
- изучение влияния маркетинговых коммуникаций на формирование спроса и стимулирования сбыта товаров;
- определение методов экономической и коммуникативной (социально-психологической) эффективности маркетинговых коммуникаций.

...

3. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации» относится к дисциплинам Блок 1.Дисциплины (модули) . Обязательная часть . Б1.О.17.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями (результатами освоения образовательной программы):

Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);

Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем; (ОПК-2);

Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; (ОПК-4);

Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ. (ОПК-5).

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП:

Компетенции		Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП	
Код	Формулировка	Знать:	Уметь
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	- основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода; - критерии сопоставления различных вариантов решения поставленной задачи	- осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации - осуществлять критический анализ собранной информации на соответствие ее условиям и критериям решения поставленной задачи - сопоставлять и оценивать различные варианты решения поставленной задачи, определяя их достоинства и недостатки
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных	-инструментарий поиска и анализа литературы, нормативных и правовых документов для решения управленческих задач; - методы сбора, обработки и анализа информации с применением	-эффективно использовать нормативно-правовую базу, корректно использовать литературные источники для принятия управленческих решений; - эффективно использовать нормативно-

	информационно-аналитических систем;	цифровых технологий для решения управленческих задач	правовую базу, корректно использовать литературные источники для принятия управленческих решений
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;	возможности развития организации с учетом имеющихся ресурсов и компетенций	-основные методы идентификации угроз и возможностей во внешней среде организации; - оценивать экономическую эффективность принимаемых управленческих решений с использованием методов инвестиционного и финансового анализа
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.	возможности использования цифровых технологий в деятельности организации	использовать современные цифровые технологии и программные продукты для решения профессиональных задач в области управления

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Таблица 5.1

Номер недел и (№ п/п)	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Баллы		Лите ратур а
		л	пр	Содержание	Часы		min	max	
1.	Тема «Коммуникация и коммуникативные процессы в обществе». Причины возникновения и развития маркетинговых коммуникаций. Роль коммуникаций в маркетинге. Определение маркетинговых коммуникаций (МК) Система маркетинговых коммуникаций. Элементы маркетинговых коммуникаций	4	4	Изучение истории развития МК. Основные причины возникновения и развития маркетинговых коммуникаций. Изучение взаимосвязи PR и других видов коммуникаций - журналистики, рекламы, паблисити, менеджмента, маркетинга, пропаганды.	6	Опрос. Контрольная работа на 10 минут для изучения степени усвоения основных понятий. Для получения более высокого балла, подготовка эссе			[1-3], [4-8]
2.	Тема «Реклама и ее роль в коммуникационной политике» Закон «О рекламе». Требования к рекламе. Составляющие эффективной рекламы: внимание, степень запоминания и убедительность. Сильные и слабые стороны рекламы по сравнению с другими элементами	4	4	Планирование рекламной деятельности	6	Контрольная работа на 10 минут для изучения степени усвоения основных понятий Презентационные выступления.			[1-3], [4-8]

	коммуникаций в маркетинге. Постановка целей и задач рекламы. Виды и средства рекламы и их характеристики .								
3.	Тема «Психологические основы рекламы» Когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты рекламного воздействия Рекламные технологии. Использование цвета, запаха, формы и музыки в рекламе	4	4	Критерии выбора средств рекламы	6	Контрольная работа на 10 минут для изучения степени усвоения основных понятий Оценка работы студента на семинарских занятиях .			[1-3], [4-8]
4.	Тема «Стимулирование сбыта и продаж» Стимулирование сбыта как вид маркетинговой коммуникации. Цели стимулирования сбыта. Критерии выбора формы стимулирования сбыта. Формы стимулирования продаж. Основные приемы	4	4	Приемы стимулирования предприятий розничной торговли. Приемы стимулирования деловых партнеров и торгового персонала.	8	Контрольная работа на 10 минут для изучения степени усвоения основных понятий Оценка работы студента на семинарских			[1-3], [4-8]

	стимулирование потребителей. Программа стимулирования сбыта. Оценка эффективности мероприятий стимулирования сбыта. Воздействие промо-акций на имидж магазина.					занятиях .			
5.	Тема «Прямой маркетинг» Понятие прямого маркетинга. Каналы прямого маркетинга - direct mail (прямая почтовая рассылка), факс-рассылка, электронная рассылка, телефонный маркетинг. Особенности и возможности отдельных инструментов прямого маркетинга.	2	4	Понятие ДМ-кампании. Одноступенчатые и многоступенчатые ДМ-кампании. Кампании для потенциальных и постоянных клиентов. Разработка ДМ-кампании, схема проведения	6	Презентационные выступления. Оценка работы студента на семинарских занятиях .			[1-3], [4-8]
6.	Тема «Выставки и ярмарки» Понятие ярмарочной и выставочной деятельности. Классификация ярмарок и выставок. Организация участия в Я-В деятельности. Этапы участия организации в работе	2	4	Анализ организации ярмарочной и выставочной деятельности ТПП-РСО Алания.	4	Презентационные выступления. Оценка работы студента на семинарских занятиях .			[1-3], [4-8]

	<p>выставки. Определение целей участия в работе выставки(поиск новых рынков, расширение числа покупателей, поиск новых посредников, определение основных тенденций спроса и предложения у конкурентов, завязывание контактов в деловом мире, формирование благоприятного имиджа организации, обмен опытом, интенсификация рекламы).</p>								
7.	<p>Тема «Пабллик рилейшнз как элемент маркетинговых коммуникаций» Понятие PR. Цели и задачи PR. Функции PR. Методы Public Relations. Формы коммуникаций с общественностью. Установление и поддержание связей с прессой. Лоббирование. Спонсорство. Корпоративные PR-документы компании.</p>	4	4	<p>Изучение видов PR и анализ их практического применения. План PR -компании - оценка текущей ситуации, постановка целей, выбор целевых аудиторий, выбор методов реализации, калькуляция издержек, оценка результатов. Оценка эффективности PR - мероприятий.</p>	6	<p>Презентационные выступления. Оценка работы студента на семинарских занятиях . Оценка практического задания</p>			<p>[1-3], [4-8]</p>

	Требования к написанию пресс-релизов.								
8.	Тема «Брендинг» Сущность брендинга. Сравнение марок. Преимущества бренда.	4	4	Позиционирование бренда. Ценности бренда.	6	Презентационные выступления. Оценка работы студента на семинарских занятиях.			[1-3], [4-8]
	Итого	28	32		48				

Примечания:

– Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.

– В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте и с использованием платформ дистанционного обучения.

6. Образовательные технологии

В соответствии с государственными образовательными стандартами высшего образования реализация учебного процесса должна предусматривать проведение занятий в интерактивных и активных формах. Внедрение этих форм обучения – одно из важнейших направлений совершенствования подготовки студентов в современном вузе. Цель – повышение эффективности образовательного процесса, достижение всеми обучающимися высоких результатов обучения.

Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуации. Суть использования активных и интерактивных форм проведения состоит в погружении студентов в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки навыков и качеств будущего специалиста.

Для решения воспитательных и учебных задач преподавателем могут быть использованы следующие интерактивные формы обучения.

Традиционные лекции и практические (семинарские) занятия с использованием современных интерактивных технологий.

Лекция-диалог – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции.

Онлайн-семинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника.

Видеоконференция – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

Видео-лекция – снятая на камеру сокращенная лекция, дополненная фотографиями и схемами, иллюстрирующая подаваемый в лекции материал.

Технология электронного обучения (реализуется при помощи электронной образовательной среды СОГУ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении автоматизированного тестирования и т. д.).

Творческое задание составляет содержание (основу) любой интерактивной формы проведения занятия. Выполнение творческих заданий требует от студента воспроизведения полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем и требующей творческого подхода: 1) подборка примеров из практики; 2) подборка материала по определенной проблеме;

Публичная презентация проекта - самый эффективный способ донесения важной информации при публичных выступлениях. Слайд-презентации позволяют эффектно и наглядно представить содержание, выделить и проиллюстрировать сообщение.

Интерактивная лекция представляет собой выступление преподавателя перед аудиторией студентов с применением следующих интерактивных форм обучения:

1. управляемая дискуссия или беседа; 2. демонстрация слайдов или учебных фильмов; 3. мозговой штурм; 4. мотивационная речь и др.

Разработка проекта позволяет участникам мысленно выйти за пределы аудитории и составить проект своих действий по обсуждаемому вопросу. Участники могут обратиться за консультацией, дополнительной литературой в специализированные учреждения, библиотеки и т.д.

Проблемное обучение- поиск ответов на вопросы по теме.

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

К видам самостоятельной работы при изучении данной дисциплины относятся: написание докладов, эссе, подготовка презентаций, самостоятельное изучение литературы по теме и составление по ней конспектов, работа со справочными материалами (терминологическими и иными словарями, энциклопедиями) и т.д.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Рабочая программа предусматривает проведение лекционных и практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу студентов по подготовке устных сообщений, написанию докладов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины - работу в активной и интерактивной формах.

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний.

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают опросы на занятиях с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или для выяснения степени усвоения изложенного материала.

Рубежный контроль осуществляется по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра такие контрольные мероприятия проводятся по графику.

Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Критерии оценивания представлены в таблице 8.1.

Примеры тестовых заданий по дисциплине:

К системе коммуникаций относятся:

средства и процессы сбора и предоставления информации о внешней среде и взаимодействиях в ней и с ней;
организация производственной деятельности;
возможность согласия между партнерами;
договорная работа

Содержание понятия Коммуникатор в системе коммуникации:

смысловое средство, включающее слова, звуки, изображения, символы;
сторона, принимающее сообщение;
сторона, передающее сообщение.

Содержание понятия Коммуникант в системе коммуникации:

смысловое средство, включающее слова, звуки, изображения, символы;
сторона, принимающее сообщение;
сторона, передающее сообщение.

Содержание понятия Сообщение в системе коммуникации:

смысловое средство, включающее слова, звуки, изображения, символы;
сторона, принимающее сообщение;
сторона, передающее сообщение.

Установите последовательность этапов коммуникационной модели:

Обращение (3);
Расшифровка (4);
Обратная связь (6);
Отправитель (1);
Получатель (5);
Кодирование (2)

Интегрированные коммуникации – это комплексная система внешних и внутренних коммуникаций по:

передаче информации в речевой форме, которая характеризуется тембром голоса, интонацией, громкостью и в целом культурой речи;
передаче информации жестикуляцией, пластикой движения рук, мимикой лица;
передаче информации изготовителя готовой продукции потребителю в целях удовлетворения запросов общества и получения прибыли;
передаче информации для координации планово-управленческих решений, успешного их выполнения, корректировки и профилактики конфликтов.

Сейлз промоушн – специальный вид деятельности, включающий элементы стимулирования продаж, направленный торговыми организациями на удержание рыночной доли и привлечения новых покупателей:

да;
нет.

Директ – мейл отражает коммуникации стимулирования продаж с использованием:
 средств электронной связи;
 выставочно-ярмарочной торговли;
 средств почтовой связи;
 средств телевидения и компьютеров.

Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями – это:
 целенаправленная деятельность компании по регулированию рыночной устойчивости посредством информационных технологий, элементов продвижения, рекламы, связей с общественностью с учетом влияния тенденций и закономерностей рынка;
 целенаправленная деятельность компании по оценке прогноза результативности коммуникаций;
 целенаправленная деятельность компании по обоснованию системы критериев и целей маркетинговых коммуникаций;
 целенаправленная деятельность компании по ранжированию целей;
 механизм контроля и корректировки планово-управленческих решений.

БАЛЛЬНАЯ СТРУКТУРА ОЦЕНКИ

Форма контроля	Макс. кол-во баллов
Текущая оценка студента в течение 1 модуля состоит из:	20
• Выполнения заданий на практических занятиях	10
• Самостоятельная работа	10
1-я рубежная письменная контрольная работа	15
Текущая оценка студента в течение 2 модуля состоит из:	20
• Выполнения заданий на практических занятиях	10
• Самостоятельных работа	10
2-я рубежная письменная контрольная работа	15
Устный зачет	30
Итого	100

Методика формирования результирующей оценки.¹

В ходе текущего контроля студенты могут набрать 0-100 баллов:

1-я рубежная аттестация - максимально 35 баллов; из них:

От 0 до 15 баллов – тестирование в центре тестирования СОГУ;

От 0 до 20 баллов – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях

2-я рубежная аттестация – максимально 35 баллов; из них:

От 0 до 15 баллов – тестирование в центре тестирования СОГУ;

От 0 до 20 баллов – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 50-70 баллов автоматически получают зачет.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 20-50 баллов, для получения зачета по дисциплине сдают устный зачет в период проведения экзаменационной сессии по расписанию. За устный ответ на зачете студент получает 0-30 баллов, которые суммируются с баллами, полученными в ходе текущего и рубежного контроля. Студенты, набравшие в сумме текущего, рубежного контроля и устного зачета 50 и более баллов, получают зачет.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля менее 20 баллов, не допускаются

^{1 3} В соответствии с Положением о БРС оценивания обучающихся очной формы по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и специалитета в ФГБОУ ВО СОГУ (в действующей редакции)

до сдачи устного зачета, и сдают зачет в установленном порядке.

Методика формирования результирующей оценки

Таблица 8.1

Этап	Форма контроля	Критерии оценивания			
1. Текущий контроль (max 20 баллов за 1 модуль)					
		4 балла	3 балла	2 балла	0–1 баллов
	Посещение занятий (max 4 б.)	Студент посетил более 85% занятий	Студент посетил 71–85% занятий	Студент посетил 56–70% занятий	Студент посетил менее 56% занятий
		11–13 баллов	8–10 баллов	6–7 баллов	0–5 баллов
	Текущая работа в течение модуля (max 13б.)	Студент активно работает на занятиях, превосходно выполняет все задания преподавателя.	Студент активно работает на занятиях, хорошо выполняет задания преподавателя.	Студент недостаточно активно работает на занятиях, удовлетворительно выполняет задания преподавателя.	Студент недостаточно активно работает на занятиях, неудовлетворительно выполняет задания преподавателя.
		3 балла	2 балла	1 балл	0 баллов
	Доклад, презентация (max 3б.) / опорный конспект (max 3б.)	Тема полностью раскрыта. Превосходное владение материалом. Высокий уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Превосходный стиль изложения.	Тема в основном раскрыта. Хорошее владение материалом. Средний уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Хороший стиль изложения.	Тема частично раскрыта. Удовлетворительное владение материалом. Низкий уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Удовлетворительный стиль изложения.	Тема не раскрыта. Неудовлетворительное владение материалом. Недостаточный уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Неудовлетворительный стиль изложения.
2. Рубежный контроль (15б. за 1 модуль)					
		13–15 баллов	10–12 балл	8–9 баллов	0–7 баллов
	Контрольная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.
3. Итоговый контроль по дисциплине					
		26–30 баллов	20–25 балла	15–19 баллов	0–14 баллов
	Экзамен / зачет	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен,	Дан полный ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Но допущены незначительные	Дан недостаточно полный ответ. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи.	Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины или дан неполный ответ и допущены грубые ошибки. Речь неграмотная. Уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции

		демонстрирует авторскую позицию студента.	ошибки, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	Речевое оформление требует поправок, коррекции.	ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.
--	--	---	--	---	--

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 50-70 баллов, автоматически получают «Зачет» или оценку «удовлетворительно». Для получения более высокого балла («хорошо» или «отлично») студент обязан явиться на экзамен и сдавать экзамен по шкале от 0-30 баллов в дополнение к накопленным за семестр баллам.

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут» (менее 50 баллов)	«Минимальный уровень» (50-70 баллов)	«Средний уровень» (71-85 баллов)	«Высокий уровень» (86-100 баллов)
<u>Компетенции не сформированы.</u> Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.	<u>Компетенции сформированы.</u> Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	<u>Компетенции сформированы.</u> Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	<u>Компетенции сформированы.</u> Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
Описание критериев оценивания			
Обучающийся демонстрирует: - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий; - отсутствие умения выполнять практические задания,	Обучающийся демонстрирует: - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой	Обучающийся демонстрирует: - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и	Обучающийся демонстрирует: - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные,

предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности.	дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.	конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов, присутствует неуверенность в ответах.	содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено»	Оценка «хорошо» / «зачтено»	Оценка «отлично» / «зачтено»

Вопросы для подготовки к зачету:

1. Элементы комплекса маркетинга
2. Понятие маркетинговых коммуникаций.
3. Цель и задачи маркетинговых коммуникаций
4. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций
5. Понятие рекламы. Достоинства и недостатки.
6. Понятие стимулирования сбыта. Достоинства и недостатки.
7. Понятие публичных релейшнз. Основные достоинства.

8. Понятие прямого маркетинга. Достоинства и недостатки.
9. Факторы, определяющие структуру маркетинговых коммуникаций.
10. Применение инструментов маркетинговых коммуникаций на этапах жизненного цикла товара.
11. Применение инструментов маркетинговых коммуникаций в зависимости от типа товара.
12. Управление маркетинговыми коммуникациями
13. Основные этапы программы маркетинговых коммуникаций.
14. Методы исчисления бюджета комплекса маркетинговых коммуникаций
15. Методы оценки эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций
16. Цели рекламы
17. Виды рекламы
18. Наружная реклама: достоинства и недостатки
19. Реклама в газетах: достоинства и недостатки
20. Реклама в журналах: достоинства и недостатки
21. Реклама на радио: достоинства и недостатки
22. Реклама на телевидении: достоинства и недостатки
23. Реклама на транспорте: достоинства и недостатки
24. Сувенирная реклама: достоинства и недостатки
25. Интернет-реклама: достоинства и недостатки
26. Критерии выбора средств распространения рекламы.
27. Методы формирования рекламного бюджета.
28. Методы оценки коммуникативной эффективности рекламной кампании.
29. Оценка экономической эффективности рекламной кампании.
30. Цели и задачи стимулирования сбыта.
31. Приемы стимулирования потребителей.
32. Приемы стимулирования предприятий розничной торговли
33. Приемы стимулирования персонала.
34. Приемы стимулирования деловых партнеров
35. Этапы программы стимулирования сбыта
36. Направления оценки эффективности мероприятий стимулирования сбыта
37. Задачи участия в выставочных мероприятиях.
38. Этапы организации участия компании в выставке.
39. Направления оценки эффективности участия компании в выставочных мероприятиях.
40. преимущества и недостатки прямого маркетинга.
41. Каналы прямого маркетинга.
42. Цели прямой почтовой рассылки
43. Цели рассылки по факсу и электронной почте.
44. Цели телефонного маркетинга.
45. Виды ДМ-кампаний.
46. Методы оценки эффективности мероприятий прямого маркетинга.
47. Личные продажи: преимущества и недостатки.

48. Стадии осуществления личной продажи.
49. Преимущества сетевого маркетинга
50. Задачи публичных рилейшнз.
51. Основные формы коммуникаций с общественностью.
52. Формы взаимодействия со средствами массовой информации
53. Понятие пресс-релиза. Основные виды.
54. Этапы PR-компаний.
55. Методы оценки эффективности PR-мероприятий.
56. Понятие имиджа. Основные составляющие.
57. Виды коммуникаций в сети Интернет.
58. Виды Интернет-рекламы.
59. Формы оплаты размещения рекламы в Интернете.
60. Методы оценки эффективности Интернет-рекламы.

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут» (менее 56 баллов)	«Минимальный уровень» (56-70 баллов)	«Средний уровень» (71-85 баллов)	«Высокий уровень» (86-100 баллов)
<p><u>Компетенции не сформированы.</u></p> <p>Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.</p>	<p><u>Компетенции сформированы.</u></p> <p>Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.</p>	<p><u>Компетенции сформированы.</u></p> <p>Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.</p>	<p><u>Компетенции сформированы.</u></p> <p>Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка</p>
Описание критериев оценивания			
Обучающийся демонстрирует: - существенные пробелы в знаниях учебного материала;	Обучающийся демонстрирует: - знания теоретического материала;	Обучающийся демонстрирует: - знание и понимание основных вопросов контролируемого	Обучающийся демонстрирует: - глубокие, всесторонние и аргументированные

<ul style="list-style-type: none"> - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности. 	<ul style="list-style-type: none"> - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить. 	<ul style="list-style-type: none"> объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. <p>Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов, присутствует неуверенность в ответах.</p>	<ul style="list-style-type: none"> знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено»	Оценка «хорошо» / «зачтено»	Оценка «отлично» / «зачтено»

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва :

Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450157>

2. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456619>
3. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451045>

б) дополнительная литература:

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115>
2. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/429158>
3. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467471>
4. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для вузов / Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06841-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452689>
5. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451517>

в) электронные библиотечные системы, с которыми у СОГУ имеется действующий договор, современные профессиональные базы, информационные справочные системы:

- eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – URL: <http://www.elibrary.ru>.
- База данных «ЭБС elibrary»: <http://elibrary.ru>
- Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://biblio-online.ru>.
- Университетская библиотека online [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.biblioclub.ru>.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Занятия по дисциплине проводятся в аудиториях, обеспеченных компьютерами, имеющими доступ к сети Интернет, интерактивными досками и мультимедийным оборудованием.

Лицензионное программное обеспечение:

1. Windows 10 Pro for Workstations, (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г);
2. Office Standard 2016 (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г);
3. Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат ВУЗ»;

Перечень ПО в свободном доступе:

1. KasperskyFree;
2. WinRar;
3. Google Chrome;
4. Yandex Browser;
5. OperaBrowser.