

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 05.07.2023 08:54:15

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

# САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

## Программа подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации

### Центр подготовки управленческих кадров

УТВЕРЖДЕНО

Директор Центра подготовки  
управленческих кадров  
к.э.н., доцент О.В. Баканач



подпись

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

<b>Наименование дисциплины</b>	<u>МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ: УПРАВЛЕНИЕ, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ</u>
<b>Программы профессиональной переподготовки</b>	Маркетинг
<b>Тип программы</b>	Проектно-ориентированная программа (тип А - advanced)
<b>Направление подготовки (в рамках Государственного плана)</b>	Маркетинг

## Содержание

1. Цели и задачи дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОП
3. Перечень тем и их содержание
4. Методические указания по освоению дисциплины
5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
6. Порядок и условия прохождения промежуточной и итоговой аттестации

### 1. Цели и задачи дисциплины

Тренинг Маркетинговые коммуникации: управление, оценка эффективности направлен на формирование теоретических знаний и практических навыков коммуникациями.

В соответствии с данной целью **основными задачами**, решаемыми в рамках данного курса являются:

- формирования навыков комплекса маркетинговых коммуникаций;
- приобретение навыков в сфере формирования и продвижения имиджа организаций, товаров и услуг;
- умение использовать инструменты маркетинговых коммуникаций для создания комплексного образа организаций, товаров и услуг;
- овладение навыками использования рекламы, приемов стимулирования продаж, связей с общественностью, прямого маркетинга, личных продаж.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП

Тренинг Маркетинговые коммуникации: управление, оценка эффективности входит в Раздел 2 «Функциональная подготовка» (курс по выбору) структуры проектно-ориентированной программы.

#### Междисциплинарные связи

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№№ разделов данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин					
		1	2	3	4	5	6
1	Введение в маркетинг	+	+	+		+	+
2	Планирование маркетинга	+	+	+	+		
3	Политика продвижения	+	+	+	+	+	+
4	Политика продукта	+	+	+	+		

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план Тренинг Маркетинговые коммуникации: управление, оценка эффективности представлен в таблице.

#### Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Темы	Аудиторные занятия		Электронное обучение	Общая трудоемкость без прочей самостоятельной работы
	очные	дистанционные		
Тема 1. Комплекс маркетинговых коммуникаций	1	-	2	3
Тема 2. Реклама как элемент комплекса маркетинговых коммуникаций	1	1	-	2
Тема 3. Связи с общественностью	1	-	-	1
Тема 4. Прямой маркетинг	2	-	-	2
Тема 5. Стимулирование сбыта и продаж. Оценка эффективности	2	-	-	2
Тема 6. Коммуникационных стратегий предприятия	2	-	-	2
<b>Итого</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>12</b>

#### 3.2. Содержание разделов и тем

**Тема 1. Комплекс маркетинговых коммуникаций.** 1.1. Коммуникативная политика в системе маркетинга. 1.2. Комплекс коммуникаций системы маркетинга. 1.3. Комплекс системы коммуникаций маркетинга

**Тема 2. Реклама как элемент комплекса маркетинговых коммуникаций.** 2.1. Основные направления рекламной деятельности. 2.2. Функции, задачи, требования к рекламе. 2.3. Организация и управление рекламной деятельностью. 2.4. Средства рекламы и особенности их выбора. 2.5. Социально-психологические аспекты рекламы. 2.6. Рекламные агентства

**Тема 3. Связи с общественностью.** 3.1. PR в маркетинговых коммуникациях. 3.2. Основные направления деятельности PR. 3.3. Формирование имиджа предприятия

**Тема 4. Прямой маркетинг.** 4.1 Личная продажа. 4.2. Инструменты прямого маркетинга. 4.3. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента

**Тема 5. Стимулирование сбыта и продаж. Оценка эффективности.** 5.1. Стимулирование сбыта в маркетинговой деятельности. 5.2. Основные подходы к осуществлению сбыта продукции. 5.3. Содействие продажам

**Тема 6. Коммуникационных стратегий предприятия.** 6.1. Средства и способы повышения эффективности маркетинговых коммуникаций. 6.2. Оценка эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций. 6.3. Методы определения экономической эффективности рекламных мероприятий

#### **4. Методические указания по освоению дисциплины**

##### **4.1 Контактная работа**

Контактная работа осуществляется с использованием *активных методов обучения*, позволяющих специалистам совершенствовать умения и навыки, компетенции, приобретать опыт управленческой работы. Могут включать в себя: тренинги, метод кейс-стади, практические семинары, игровые имитации (бизнес-симуляции), мастер-классы, экспертные консультации, социальное обучение, обучение действием, дискуссии, дебаты, мозговой штурм, митап.

##### **4.2 Дистанционные образовательные технологии**

Использование дистанционных образовательных технологий допускается на образовательных программах в двух видах:

– *синхронного электронного обучения*, к которому относятся форматы электронного обучения, когда все участники обучения взаимодействуют друг с другом и с преподавателем в реальном времени, в одно и то же время. Примерами являются: вебинар, видеоконференция, видеоконсультация и обратная связь онлайн, чат-румы, общение по Skype, виртуальные классы (live virtual), работа в виртуальных коллаборативных пространствах и любые иные форматы, в которых участники находятся онлайн и взаимодействуют одновременно;

– *асинхронного электронного обучения*, к которому относятся форматы электронного обучения, когда участники обучения используют электронные ресурсы для приобретения информации, выполнения заданий, выдвижения идей, обмена идеями и информацией, а также для иных форм взаимодействия без наличия ограничений по времени и месту, и зависимости от вовлеченности других участников обучения и преподавателя в обучение в то же самое время.

##### **4.3 Самостоятельная работа**

Самостоятельная работа включает работу с тестирующими системами, с информационными базами данных сети Интернет, цифровыми платформами, с научной и учебной литературой, изданной на бумажных носителях.

#### **5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины**

##### **5.1 Перечень литературы.**

1. Барден Ф. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем. Пер.с англ.-М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2016.

2. Грант Р. Современный стратегический анализ.-СПб.: Питер, 2016.

3. Котлер Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы. Пер.с англ.-М.: Альпина Паблишер, 2016 .

4. Портер П. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов.-М.: Альпина Диджитал, 2016.

5. Психология убеждения, 50 доказанных способов быть убедительным/Гольдштейн Н. и др. Пер. с англ. -М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2016.

6. Томпсон А. Стратегический менеджмент. Создание конкурентных преимуществ. Пер. с англ.-М.: Диалектика / Вильямс, 2016

##### **5.2 Программные продукты учебного назначения и бизнес-приложения**

1. «Маркетинговая стратегия». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sseu.ru/anonsy/priglashaem-na-master-klass>

2. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.elibrary.ru/>

2. Национальная электронная библиотека. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.nns.ru/>

3. Электронная информационно-образовательной среда СГЭУ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lms2.sseu.ru>

4. Электронная библиотечная система «Айбукс». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ibooks.ru/>

### 5.3. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения аудиторных занятий	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
---	---

### 6. Порядок и условия прохождения промежуточной и итоговой аттестации по дисциплине:

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими рекомендациями по организации обучения специалистов в российских образовательных организациях и разработке образовательных программ для реализации в рамках Государственного плана подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации.

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком «+»
Текущий контроль	Письменная работа (эссе)	+
	Наблюдение (в ходе выполнения учебных задач)	+
	Решение задач определенного типа	+
	Представление результатов и рекомендаций по полученным итогам деловой ситуации (кейс-стади)	+
	Тестирование (компьютерное тестирование)	+
	Кейс (задание на анализ практической ситуации)	+
Промежуточный контроль	Дифференцированный зачет*	+

\*Дифференцированный зачет – это зачет с оценкой, форма контроля, которая предусматривает оценивание усвоения обучающего материала по определенной учебной дисциплине в основном на основании результатов выполненных ими индивидуальных заданий.

### Шкала и критерии оценки (экзамен)

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно
1. Полно раскрыто содержание вопросов индивидуального письменного задания; 2. Материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, правильно используется терминология; 3. Показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; 4. Продемонстрирована сформированность и устойчивость компетенций.	1. В изложении допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание ответа; 2. Допущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа.	1. Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса. 2. Допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; 3. При неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций.
<i>Повышенный уровень сформированности компетенций</i>		<i>Пороговый уровень</i>

Разработчики:

Канд.экон.наук,

Кармина Н.В.

ФИО