

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ушвицкий Л.И. Марков

Должность: и.о. директора Института экономики и управления

Дата подписания: 18.06.2026 08:58:41

Уникальный программный ключ:

46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331d25a8

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор института
экономики и управления,
доктор экономических
наук, профессор
Ушвицкий Л.И.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Интегрированные маркетинговые коммуникации

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Маркетинг и рыночная аналитика
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очно-заочная
Реализуется в семестре	7

Разработано

кандидат экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой менеджмента
Устаев Р.М.

Ставрополь 2026 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины заключается в формировании у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, следующих компетенций: ПК-1, ПК-4.

Основные задачи курса:

- изучение мотивационной психологии потребителей и умение грамотно учитывать потребительские мотивы в рекламном обращении;
- проведение исследований на рынке рекламных услуг;
- анализ коммуникационной деятельности фирмы;
- знание организации, управления, планирования коммуникационной деятельности предприятий;
- расчет эффективности маркетинговых коммуникаций;
- знание моделей рекламного обращения;
- изучение принципов, правил и требований к составлению рекламных и PR-текстов;
- знание нормативно-законодательных актов, регламентирующих рекламную деятельность.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Интегрированные маркетинговые коммуникации» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-1. Способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации с использованием цифровых технологий для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	ИД-1 ПК-1. Применяет навыки сбора, группировки и систематизации информации, необходимой для анализа внутренней и внешней среды организации с использованием цифровых технологий для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	- используя знания системы маркетинговых исследований, способен к практическому проведению мероприятий маркетинговых коммуникаций и принятия решений по управлению ими на основе полученных результатов.
ПК-4 Способен выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов, участвовать в разработке и реализации маркетинговых проектов и программ в цифровой среде	ИД-1 ПК-4. Участвует в процессах постановки рыночных целей, подготовки и реализации маркетинговых проектов и программ с использованием цифровых технологий	- посредством знания особенностей по разработке стратегии маркетинговых коммуникаций, направленных на расширения внешних связей и обмена опытом, при реализации проектов развития организации и удовлетворения потребностей клиентов, способен к постановке рыночных целей маркетинговых проектов.

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля *

Объем занятий: всего: 3 з.е. 108 академ. ч.	ОФО, в академ. часах
Контактная работа	18
Лекции/из них практическая подготовка	6/-
Практический занятий/ из них практическая подготовка	12/-
Лабораторных работ/ из них практическая подготовка	-
Самостоятельная работа	90
Формы контроля	
Зачет	-
Зачет с оценкой	-
Курсовая работа	(нет)

* Дисциплина предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

5.1. Тематический план дисциплины

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	Очная форма			Самостоятельная работа, часов	Форма текущего контроля
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов				
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1	Система маркетинговых коммуникаций 1. Основы теории коммуникации 2. Понятие системы маркетинговых коммуникаций 3. Предмет, методология и межпредметные связи дисциплины	ИД-1 ПК-1	2	0	-	10	Собеседование
2	Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций 1. История возникновения и развития рекламы 2. Сущность и	ИД-1 ПК-1 ИД-1 ПК-4.	0	2	-	10	Собеседование

	основные характеристики рекламы 3. Классификация рекламы. Виды рекламы и характеристика их признаков 4. Цели, задачи и функции рекламы 5. Каналы распространения рекламы (средства) 6. Рекламный рынок. Организация рекламы и других форм системы маркетинговых коммуникаций на предприятиях и в рекламных агентствах						
3	Планирование маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации 1. Стратегия маркетингового, рекламного продвижения 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК) и использование их преимуществ 3. Принципиальные решения при разработке и ведении рекламной кампании 3. Основы медиапланирования 4. Контроль рекламной кампании и кампании по продвижению Связи с общественностью – Public Relations, PR 5. Связи с общественностью: понятие и история развития 6. Задачи связей с общественностью и уровни их решения, основные формы во внешних	ИД-1 ПК-4.	0	2	-	10	Собеседование

	коммуникациях 7. Мероприятия PR во внутренних коммуникациях фирмы. 8.Корпоративные события, легенды и средства информации						
4	Разработка рекламного и PR- обращения 1. Методика разработки идеи текста 2. Стратегия (основная идея) и стиль рекламного 3. Элементы текста. Правила эффективных Текстовая информация, ее приемы и возможности иллюстративного оформления	ИД-1 ПК-4.	0	2	-	10	Собесе довани е
5	Исследования в маркетинговых коммуникациях. Информационное обеспечение маркетинговых коммуникаций 1. Необходимость исследований. Анализ товара и исследование потребителей 2. Анализ рынка, исследование тенденций его развития Информационное обеспечение маркетинговых коммуникаций	ИД-1 ПК-1	2	0	-	10	Собесе довани е
6	Выставки и ярмарки 1. Выставки и ярмарки, их особенности и формы 2. Планирование выставочной деятельности. 3.Размещение рекламы и работа стендиста Послевыставочная деятельность 4. Оптимизация расходов на	ИД-1 ПК-1 ИД-1 ПК-4.	0	2	-	10	Собесе довани е

	участие в выставках. Роль сувениров						
7	Стимулирование продаж и сбыта 1. Стимулирование продаж и сбыта как элемент СМК 2. Направления деятельности и мероприятия стимулирования Программа и бюджет промо-акций	ИД-1 ПК-4.	0	2	-	10	Собеседование

8	Личная продажа, прямой и Интернет-маркетинг 1. Личная продажа как элемент СМК и элемент Direct Marketing 2. Этапы эффективной личной продажи 3. Отбор, подготовка, контроль и оценка работы и стимулирование торгового персонала 4. Прямой маркетинг и его формы 5. Компьютеризированная реклама.	ИД-1 ПК-1 ИД-1 ПК-4.	0	2	-	10	Собеседование
9	Интернет-реклама 6. Эффективность интернет-рекламы 7. Реклама в социальных форумах		2	0		10	
	ИТОГО за 7 семестр		6	12	-	90	
	ИТОГО		6	12	-	90	

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов их достижения. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения по дисциплине.

ФОС по дисциплине включает в себя:

- описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, шкал оценивания;
- типовые оценочные средства, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине и уровня сформированности компетенций.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине, включаются в методические указания.

ФОС являются приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Амеличкин, А. В. Маркетинговые коммуникации в социальнокультурной сфере Электронный ресурс / Амеличкин А. В. : учебное пособие для бакалавров. - 2-е изд., доп. - Орел : ОГИИК, 2024. - 131 с. - ISBN 978-5-905436-19-2, экземпляров неограничено
2. Дубровина, Н. А. Маркетинговые коммуникации Электронный ресурс / Дубровина Н. А., Ряжева Ю. И. : учеб. пособие. - Самара : СамГУ, 2023. - 88 с. - Рекомендовано редакционноиздательским советом федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева» в качестве учебного пособия для обучающихся по основной образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. - ISBN 978-5-7883-1456-3, экземпляров неограничено

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Лужнова, Н. В. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / Н.В. Лужнова ; Министерство образования и науки Российской Федерации ; Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2024. - 141 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1643-5, экземпляров неограничено
2. Лямзин, О. Л. Маркетинговые коммуникации Электронный ресурс / Лямзин О. Л. : учеб. пособие. - Новосибирск : НГТУ, 2023. - 60 с. - Утверждено Редакционно-издательским советом университета в качестве учебного пособия. - ISBN 978-5-7782-3115-3, экземпляров неограничено
3. Мазилкина, Е.И. Маркетинговые коммуникации Электронный ресурс : учебное пособие / Е.И. Мазилкина. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2024. - 256 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-394-01865-7, экземпляров неограничено

4. Интегрированные маркетинговые коммуникации Электронный ресурс : учебник / В.В. Синяев / О.Н. Романенкова / В.М. Маслова / И.М. Синяева ; ред. И.М. Синяева. - Интегрированные маркетинговые коммуникации, 2020-10-10. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2024. - 504 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-238-02309-0, экземпляров неограничено

5. Кметь, Е.Б. Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление Электронный ресурс : учебник / Е.Б. Кметь. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2023. - 183 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС

IPRbooks. - ISBN 978-5-9908055-3-8, экземпляров неограничено

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Интегрированные маркетинговые коммуникации» для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент- [Электронная версия]

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Интегрированные маркетинговые коммуникации» для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент- [Электронная версия]

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://library.pressdisplay.com> – Полнотекстовые зарубежные базы данных, иностранные и отечественные газеты.
2. [http:// www.edu.ru](http://www.edu.ru) - Сайт федерального портала «Российское образование».
3. <http://grebennikon.ru/> - Сайт электронной библиотеки Издательского дома «Гребенников».
4. <http://book.ru> – Электронно-библиотечная система «BOOK.RU».
5. <http://stavinvest.ru> – Официальный сайт Министерства экономического развития и торговли Ставропольского края
6. <http://consultant.ru> – Официальный сайт СПС «КонсультантПлюс».

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На практических занятиях студенты представляют комплект практических работ, презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

Профессиональная база данных «Всероссийская система данных о компаниях и бизнесе «За честный бизнес» // Режим доступа: <https://zachestnyibiznes.ru>

Профессиональная база данных Росстата // Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/

Информационная справочная система КонсультантПлюс. // Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

Информационная справочная система ГАРАНТ.РУ // Режим доступа: <http://www.garant.ru/> <http://biblioclub.ru> (Сайт ЭБС «Университетская библиотека онлайн») <http://ecsocman.hse.ru/> (Сайт федерального портала «Экономика. Социология.

Менеджмент») <http://fcior.edu.ru/> (Сайт федерального центра информационно-образовательных ресурсов) <http://grebennikon.ru/> (сайт электронной библиотеки Издательского дома «Гребенников»)

Программное обеспечение:

1. Альт Рабочая станция 10
2. Альт Рабочая станция К
3. Альт «Сервер»
4. Пакет офисных программ - Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекции	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается: 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорнодвигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту; - по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-

телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС-Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.