



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ
(РУДН)**

Институт иностранных языков

Утверждено
ученым советом
института иностранных языков

Протокол № 2001-12/11 от «26» апреля 2022 г.
Председатель **ИНОСТРАННЫХ
ЯЗЫКОВ**
ученого совета ИИЯ _____ Н.Л. Соколова



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ И СМАРТТЕХНОЛОГИИ

**Рекомендуется для направления подготовки
45.04.02 «ЛИНГВИСТИКА»
по профилю
«ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ СВЯЗИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (PR)»**

Квалификация выпускника - магистр

Москва
2022

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	3
1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО.....	5
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	6
4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ.....	7
5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
5.1 Содержание разделов дисциплины.....	8
5.2 Разделы дисциплины и виды занятий.....	10
6. ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ.....	10
7. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ).....	10
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
9. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
10.1 Основная литература.....	12
10.2 Дополнительная литература.....	13
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	14
12. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	18
Лист регистрации изменений.....	19

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

В Образовательном стандарте высшего образования РУДН (ОС ВО РУДН, приказ Ректора № 371 от 21.05.2021г., утвержденного Ученым советом РУДН, протокол № 10 от 17.05.2021г.), в который вошли все без исключения по совокупности в полном объеме требования федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки **45.04.02 «Лингвистика», профиль «Теория коммуникации и международные связи с общественностью (PR)» (уровень магистратуры)**, главный акцент сделан на **компетентностный подход**.

Компетентностный подход является основой современного высшего образования. Способность выпускника высшей школы применять полученные в процессе обучения знания умения, навыки, опыт и личностные качества для успешной деятельности в избранной им определенной профессиональной области называется **компетенцией**.

За указанный программой период обучения студент должен овладеть полным набором **универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций**, определенных соответствующим стандартом высшего профессионального образования. Овладение компетенциями происходит в рамках дисциплин учебного плана в несколько этапов (**этапы формирования компетенций**).

Одна компетенция может формироваться в процессе изучения одной или нескольких дисциплин, параллельно или последовательно.

Основными **индикаторами формирования компетенции** являются следующие:

1. Индикатор формирования представления о предмете / деятельности.
2. Индикатор формирования способности применять полученную информацию / сведения.
3. Индикатор формирования навыков и опыта.

Индикаторы формирования компетенций коррелируют с результатами обучения в рамках составляющих

- иметь представление,
- проявлять способность,
- обладать навыками / опытом.

Этапы формирования компетенций непосредственно связаны с ресурсами формирования компетенций. Основные ресурсы формирования компетенций отражены в учебно-методических комплексах дисциплин (ТУИС), посредством освоения которых формируется та или иная компетенция/ те или иные компетенции.

Ресурсным базисом формирования компетенций являются:

- содержание дисциплины и
- образовательные технологии.

Поэтому особое внимание уделяется содержанию отдельных тем и разделов дисциплины, посвященных формированию конкретных компетенций. Образовательные технологии непосредственно подчинены целям и задачам конкретного этапа формирования компетенции. Это **определенные виды аудиторных учебных действий и самостоятельной работы**, это и **виды промежуточных аттестаций**, и **методические материалы**, которые определяют процедуру оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности обучающихся в связи с этапами формирования компетенций.

Степень сформированности отдельных компетенций оценивается во время промежуточных аттестационных мероприятий с учетом принятой в РУДН балльно-рейтинговой системой.

В процессе итоговых государственных аттестационных мероприятий контролируется уровень сформированности абсолютно всех компетенций, предусмотренных стандартом: универсальных, общепрофессиональных и профессиональных.

С **организационно-методической точки зрения** курс «Маркетинг и смарттехнологии» построен на принципах логической последовательности изложения материала, взаимного сопряжения заявленных разделов тем, умеренности, соотнесенной со временем освоения дисциплины, и повторяемости. Концентрированная подача материала составляет характерную особенность программы и обуславливает определенную целостность обучения.

Основой изучения курса являются знания, полученные обучающимися при изучении курсов: Теория межкультурной коммуникации, Связи с общественностью (PR), Международные связи с общественностью, Язык делового общения (первый иностранный язык), Язык делового общения (второй иностранный язык), Иностранный язык в бизнесе, Иностранный язык в образовании, Практикум по культуре речевого общения (второй иностранный язык), Практикум по культуре речевого общения.

Новационными элементами и одновременно методологической основой курса является смещение акцентов на **интерактивную и самостоятельную работу** обучающихся.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося, необходимым для ее изучения: способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий; готов применять систему теоретических и эмпирических знаний о функционировании системы изучаемого иностранного языка и тенденциях ее развития, учитывать ценности и представления, присущие культуре стран изучаемого иностранного языка; готов создавать и понимать речевые произведения на изучаемом иностранном языке в устной и письменной формах применительно к официальному, нейтральному и неофициальному регистрам общения; готов осуществлять межъязыковое и межкультурное взаимодействие с носителями изучаемого языка в соответствии с правилами и традициями межкультурного профессионального общения, правилами речевого общения в иноязычном социуме; готов использовать цифровые технологии и методы в профессиональной деятельности для: изучения и моделирования объектов профессиональной деятельности, анализа данных, представления информации и пр.; способен осуществлять исследовательскую и экспертно-аналитическую деятельность по различным направлениям изучения языка с использованием современного инструментария научного анализа; способен разрабатывать современные методики сбора, хранения и представления баз данных и знаний в интеллектуальных системах различного назначения.

Полная учебная нагрузка составляет 144 академических часа, из них: лекции – 35 часов, практические занятия – 35 часов, самостоятельная работа студентов – 74 часа..

Оценка качества освоения ОП ВО по конкретным дисциплинам/модулям включает **текущий контроль успеваемости** по материалу проходимой темы, промежуточную аттестацию обучающихся и итоговую государственную аттестацию выпускников.

Оценка качества освоения данной дисциплины/модуля включает **текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию обучающихся**.

Текущий контроль проводится в течение всего периода изучения дисциплины/модуля.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся предусмотрены фонды оценочных средств, позволяющие оценить достижение запланированных в образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная цель курса «Маркетинг и смарттехнологии» является комплексной, включающей в себя практическую, образовательную и воспитательную составляющие.

Практическая цель обучения заключается в получении студентами навыков организации и планирования рекламно-маркетинговых и PR мероприятий.

Образовательная цель заключается в формировании у студентов правильного представления о законах развития рынка.

Воспитательная цель реализуется параллельно с практической и образовательной в течение всего периода обучения. В достижении этой цели особая роль отводится материалам, направленным на решение задач социально-психологического соответствия маркетинговых целей и методов их достижения.

Конечная цель обучения достигается в результате выполнения **конкретных задач:**

- **помочь студентам использовать понятийный аппарат теории и практики маркетинга, интегрированных маркетинговых коммуникаций и смарттехнологий, и адаптироваться для решения задач, выходящих за пределы узко профессиональной лингвистической сферы;**
- **сформировать систему прикладных знаний, включающей в себя знание основных экономических, правовых и этических норм регулирования служб маркетинга и коммуникаций, умение ориентироваться на российском и международном рынке труда в части, касающейся своей профессиональной деятельности, в условиях межкультурного взаимодействия;**
- **развить навыки студентов по применению коммуникативных, личностных, творческих данных для формирования новых подходов в сфере маркетинговых исследований и интегрированных маркетинговых коммуникаций на современном этапе развития общества, с применением смарттехнологий.**

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинг и смарттехнологии» относится к Вариативной компоненте Обязательной части Блока 1 учебного плана (Б1.О.02.07) в системе подготовки академических магистров по направлению подготовки 45.04.02 «Лингвистика», профиль «Теория коммуникации и международные связи с общественностью (PR)».

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

Шифр и наименование компетенций	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины, практики
1. Универсальные компетенции		
Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для	Теория межкультурной коммуникации	Международные связи с общественностью
	Связи с общественностью (PR)	Иностранный язык в бизнесе
	Международные связи с общественностью	Иностранный язык в образовании Практикум по культуре речевого

академического и профессионального взаимодействия (УК-4)	Язык делового общения (первый иностранный язык) Язык делового общения (второй иностранный язык) Практикум по культуре речевого общения (второй иностранный язык) Практикум по культуре речевого общения	общения (второй иностранный язык) Практикум по культуре речевого общения Консультационная практика Государственный междисциплинарный комплексный экзамен
Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (УК-5)	Теория межкультурной коммуникации Связи с общественностью (PR) Международные связи с общественностью	Международные связи с общественностью Государственный междисциплинарный комплексный экзамен
2. Профессиональные компетенции		
Способен осуществлять межкультурную коммуникацию и языковое посредничество во всех формах и видах, во всех сферах деятельности человека и общества (ПК-3)	Связи с общественностью (PR) Язык делового общения (первый иностранный язык) Язык делового общения (второй иностранный язык)	Иностранный язык в бизнесе Иностранный язык в образовании Консультационная практика Государственный междисциплинарный комплексный экзамен

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование и овладение у обучающихся следующих универсальных (УК) и профессиональных (ПК) компетенций: **УК-4, УК-5, ПК-3** в соответствии с основной профессиональной образовательной программой «Теория коммуникации и международные связи с общественностью (PR)», по направлению подготовки 45.04.02 «Лингвистика» (уровень магистратуры).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
Универсальные компетенции	
УК-4	иметь представление о современных коммуникативных

Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия	технологиях на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.
	проявлять способность применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.
	Обладать современными коммуникативными технологиями на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	иметь представление о необходимости учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.
	проявлять способность к анализу и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.
	Обладать аналитическими способностями и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.
Профессиональные компетенции	
ПК-3 Способен осуществлять межкультурную коммуникацию и языковое посредничество во всех формах и видах, во всех сферах деятельности человека и общества	иметь представление о межкультурной коммуникации и языковом посредничестве во всех формах и видах, во всех сферах деятельности человека и общества.
	проявлять способность осуществлять межкультурную коммуникацию и языковое посредничество во всех формах и видах, во всех сферах деятельности человека и общества.
	Обладать необходимыми коммуникативными навыками для межкультурного взаимодействия и для языкового посредничества во всех формах и видах, во всех сферах деятельности человека и общества.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

№	Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
			2-й семестр	3-й семестр
1.	Аудиторные занятия (всего)	70	34	36
	В том числе:			
1.1.	Лекции		17	18
1.2.	Прочие занятия		17	18
	<i>В том числе:</i>			
1.2.2.	<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	-	-	-

1.2.2.	<i>Семинары (С)</i>		17	18
1.2.3.	<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	-	-	-
2.	Самостоятельная работа (всего)	74	37	37
	В том числе:			
2.1.	Подготовка реферата		6	-
2.2.	Подготовка эссе		-	3
2.3.	Подготовка доклада на семинарском занятии		4	5
2.4.	Подготовка разноуровневых домашних заданий		4	6
2.5.	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации		18	18
	<i>Другие виды самостоятельной работы</i>		5	5
	Общая трудоемкость (ак.часов)	144	71	73
	Общая трудоемкость (зач. ед.)	4	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Товар и маркетинг	<p>Тема 1.1. Основное содержание понятий «маркетинг», «товар», «обмен», «рынок» и пр.</p> <p>Тема 1.2. Продукт. Классификация товаров. Жизненный цикл товара. Узнаваемость товара.</p> <p>Тема 1.3. Процесс ценообразования. Стратегия ценообразования.</p> <p>Тема 1.4. Рынок с точки зрения маркетинга. Варианты охвата рынка. Организация товародвижения.</p> <p>В результате изучения тем раздела формируется понятийный аппарат теории и практики маркетинга.</p>
2	Управление маркетингом	<p>Тема 2.1 Маркетинговая среда. Маркетинговая информация.</p> <p>Тема 2.2. Маркетинговые исследования и их роль в коммерческой деятельности предприятия. Основные методы маркетинговых исследований.</p>

		<p>Тема 2.3. Маркетинговый план и его основные элементы. Задачи и этапы маркетингового планирования.</p> <p>Тема 2.4. Процесс реализации плана маркетинга. Маркетинговый анализ и маркетинговая ревизия.</p> <p>В результате изучения тем раздела формируется представление об управленческой стратегии, закладываются способности к принятию самостоятельных управленческих решений, к адаптации и творческому использованию полученных знаний, навыков и компетенций на всех этапах учебной проектной деятельности.</p>
3	Продвижение товара. Маркетинговые коммуникации	<p>Тема 3.1 Продвижение товара. Основные виды продвижения товара.</p> <p>Тема 3.2. Техника рекламы. Техники продаж. Прямой маркетинг</p> <p>Тема 3.3. Планирование рекламной кампании. Роль рекламы в реализации маркетинговых смарттехнологий.</p> <p>Тема 3.4. Диджитал-маркетинг, маркетинговые коммуникации и смарттехнологии.</p> <p>В результате изучения тем раздела формируются следующие компетенции: приобретение системных знаний в области основных экономических, правовых и этических норм регулирования процессов продвижения товара и рекламы; освоение методики межкультурной коммуникации и языкового посредничества в сфере маркетинговых коммуникаций и смарттехнологий на российском и международном рынках.</p>
4	Нерекламные и синтетические средства бренд-маркетинговых коммуникаций	<p>Тема 4.1. Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Тема 4.2. PR-служба. Корпоративная культура. Разработка PR-кампании.</p> <p>Тема 4.3. Выставки и ярмарки в системе маркетинговых коммуникаций. Спонсорство.</p> <p>Тема 4.4. Международный маркетинг и концепция устойчивого развития. Стратегии международных PR-кампаний. Национальная специфика.</p> <p>В результате изучения тем раздела формируются следующие компетенции: приобретение системных знаний в области основных экономических, правовых и этических норм регулирования нерекламных и синтетических маркетинговых бренд-коммуникаций; освоение методики межкультурной коммуникации и языкового посредничества в сфере смарттехнологий и продвижения на российском и международном рынках.</p>

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

№	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практические занятия	Лабораторные занятия	Семинары	СРС	Всего
1.	Товар и маркетинг	8	-	-	8	15	31
2.	Управление маркетингом	9	-	-	9	20	38
3.	Продвижение товара. Маркетинговые коммуникации	9	-	-	9	19	37
4.	Нерекламные и синтетические средства бренд-маркетинговых коммуникаций.	9	-	-	9	20	38

6. ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ

– не предусмотрен

7. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость (ауд. час.)
1	Товар и маркетинг	Основное содержание понятий «маркетинг», «реклама», PR. Продукт. Классификация товаров. Жизненный цикл товара. Узнаваемость товара. Процесс ценообразования. Стратегия ценообразования. Рынок с точки зрения маркетинга. Варианты охвата рынка. Организация товародвижения.	8
2	Управление маркетингом	Маркетинговые исследования и их роль в коммерческой деятельности предприятия. Основные методы маркетинговых исследований. Маркетинговый план и его основные элементы. Задачи и этапы маркетингового планирования. Процесс реализации плана маркетинга. Маркетинговый	9

		анализ и маркетинговая ревизия.	
3	Продвижение товара. Маркетинговые коммуникации	Продвижение товара. Основные виды продвижения товара. Техника рекламы. Техники продаж. Прямой маркетинг. Планирование рекламной кампании. Роль рекламы в реализации маркетинговых смарттехнологий. Диджитал-маркетинг, маркетинговые коммуникации и смарттехнологии.	9
4	Нерекламные и синтетические средства бренд-маркетинговых коммуникаций	Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций. PR-служба. Корпоративная культура. Разработка PR-кампании. Выставки и ярмарки в системе маркетинговых коммуникаций. Спонсорство. Международный маркетинг и концепция устойчивого развития. Стратегии международных PR-кампаний. Национальная специфика.	9

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование оборудования	Количество
1.	Моноблок ASUS Zen Aio Pro Z340IC	1
2.	Проектор BenQ MW535	1
3.	Аудио система: активная акустическая система Yamaha DBR15	1

9. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Программное обеспечение

Используется только лицензированное, установленное в ИИЯ РУДН.

Программное обеспечение: продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений, в том числе MS Office/ Office 365, Teams).

б) Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Используются только лицензированные, представленные на сайте Информационно-библиотечного центра РУДН.

Электронно-библиотечная система РУДН. Удалённый доступ как на территории Университета, так и вне её по паролю и логину.

ЭБС Университетская библиотека ONLINE. (Доступ по IP-адресам РУДН или удаленно после регистрации из стен РУДН с подтверждением по ссылке на компьютерах РУДН).

ЭБС Юрайт. (Доступ по IP-адресам РУДН или удаленно после регистрации из стен РУДН с подтверждением по ссылке на компьютерах РУДН).

Таблица по ЭБС (Источник: сайт УНИБЦ (НБ) РУДН)

N п/п	Основные сведения об электронно-библиотечной системе <*>	Краткая характеристика
1.	Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет	1. Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web 2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» http://www.biblioclub.ru 3. Образовательная платформа Юрайт http://urait.ru 4. ЭБС «Лань» http://e.lanbook.com/ 5. ЭБС «Троицкий мост» http://www.trmost.ru/ 6. ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
2.	Сведения о правообладателе электронно-библиотечной системы и заключенном с ним договоре, включая срок действия заключенного договора	1. РУДН. 2. ООО «НексМедиа» (RU). Договор № 30-7804/375ЕП от 27.08.21 до 26.06.2022 3. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». Договор № 30-7804/407ЕП от 20.10.2020 до 20.05.2021.; № 30-7804/168 ЕП от 21.05.21. до 20.05.22. 4. ООО «Издательство Лань». Договор № 39 БД от 22.12.2020 г. до 19.12.2021 5. ООО «ИТК «Троицкий мост». Договор № 3509/21С БД от 05.10.2021 г. До 04.10.2022 6. ООО «Политехресурс». Договор № 1 от 18.02.21. До 17.02.22
3.	Сведения о наличии зарегистрированной в установленном порядке базы данных материалов электронно-библиотечной системы	№ государственной регистрации 1. № 2011620462 от 22.06.2011 2. № 2010620554 от 27.09.2010 3. № 2013620832 от 15.07.2013 4. № 2011620038 от 11.01.2011 5. № 2014660292 от 06.10.2014 6. № 2013621110 от 06.09.2013
4.	Сведения о наличии зарегистрированного в установленном порядке электронного средства массовой информации	1. Эл № ФС 77-46474 от 02.09.2011 2. Эл № ФС 77-42287 от 11.10.2010 3 Эл № ФС77-53549 от 04.04.2013 4. Эл № ФС 77-42547 от 03.11.2010 5. Эл № ФС77-65695 от 13.05.2016 6. Эл № ФС 77-56323 от 02.12.2013
5.	Наличие возможности одновременного индивидуального доступа к электронно-библиотечной системе, в том числе одновременного доступа к каждому изданию, входящему в электронно-библиотечную систему, не менее чем для 25 процентов обучающихся по каждой из форм получения образования	Доступ учащихся организован по IP-адресам РУДН и по паролям и логинам

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

10.1. 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, 2023. — 363 с. — <https://urait.ru/bcode/511008>
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. / Ф.Котлер. — СПб: ООО «Диалектика», 2020. — 496 с. — <https://gtmarket.ru/library/basis/5091/5092#t1>
3. Хомяков, В.И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы: учебное пособие / В.И. Хомяков, В.А. Егошкина. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. - 264 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476726>
4. Цыганков, В.А. Фирменный стиль или корпоративная идентификация: учебное пособие / В.А. Цыганков. - Москва: ООО «Сам Полиграфист», 2015. - 35 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488275>
5. Шевченко, Д. А. Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций : учебник / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 268 с. – <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686477>

10.2. Дополнительная литература

1. Алашкин, П. Все о рекламе и продвижении в Интернете / П. Алашкин ; ред. П. Суворовой. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2016. - 220 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229721>
2. Вяхирев Е. С. Медийная реклама как современный и актуальный инструмент интернет-маркетинга // Интернет-маркетинг. 2016. №№ 5. С. 310-320. - <http://grebennikon.ru/article-4dy2.html>
3. Жариков, Г.А. Маркетинг и его особенности в России: монография / Г.А. Жариков, С.К. Становкин; Министерство образования Московской области, ГБОУ ВО МО «Международный университет природы, общества и человека «Дубна». - Москва: Прометей, 2014. - 140 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=437321>
4. Зайцева, Л.А. Английский язык в рекламе: учебное пособие / Л.А. Зайцева. - 3-е изд., стер. - Москва: Издательство «Флинта», 2017. - 110 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103498>
5. Исаев, А.А. Продажи и эмоции: монография / А.А. Исаев. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. - 74 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480163>
6. Кондакова, Ю.В. PR-технологии. Арт-пиар: учебное пособие / Ю.В. Кондакова; Министерство образования и науки Российской Федерации, «Уральский государственный архитектурно-художественный университет» (УрГАХУ). - Екатеринбург: Архитектон, 2016. - 95 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455455>
7. Кудрина А.В., Базанова А.Е. Имиджевый медиатекст и пиар-текст: сходства и отличия // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. Выпуск 9-2 (75), С.37-40. - <https://cyberleninka.ru/article/v/imidzhevyy-mediatekst-i-piar-tekst-shodstva-i-otlichiya>
8. Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы: практическое пособие / П.А. Кузнецов. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 296 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496073>
9. Майорова А.Е. Скрытый маркетинг на женских форумах [Электронный

ресурс] // Интернет-маркетинг. 2018. № 3. С. 228-236. - <http://grebennikon.ru/article-qziw.html>

10. Музыкант, В.Л. Управление брэнд-коммуникациями: монография / В.Л.Музыкант; Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт). - 2-е изд., доп. и перераб. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. - 380 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464162>

11. Основа Д.С. Эволюция концепта пиар в русской языковой картине мира // Magister Dixit. 2013. Выпуск 2, С.14-28. - <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-kontsepta-piar-v-russkoy-yazykovoy-kartine-mira>

12. Скорбенко С.В. Digital-маркетинг, который работает // Интернет-маркетинг. 2016. №№ 2. С. 82-85. - <http://grebennikon.ru/article-4tto.html>

13. Совершаева С. В. Контекстная реклама как инструмент интернет маркетинга на российском рынке: анализ основных систем размещения // Проблемы современной экономики. 2013. Выпуск 1 (45), С.122-125. - <https://cyberleninka.ru/article/n/kontekstnaya-reklama-kak-instrument-internet-marketinga-na-rossiyskom-rynke-analiz-osnovnyh-sistem-razmescheniya>

14. Социальная реклама: учебное пособие / Л.М. Дмитриева, Ю.С. Вернадская, Т.А. Костылева и др.; ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 271 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118141>

15. Хьюз, Д. В яблочко! Маркетинг приложений для iPhone и iPad / Д. Хьюз; ред. Ю. Быстрова; пер. Е. Бакушева. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 386 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279706>

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Инновационность курса состоит в использовании мультимедийных технологий для организации занятий, что позволяет повысить эффективность обучения и качество подготовки специалистов.

В ходе освоения студентами дисциплины, применяются учебные технологии традиционного, проблемного, программированного, компьютерного и контекстного обучения.

Самостоятельная учебная работа студента

Самостоятельная работа студентов (СРС) является обязательной составляющей образовательного процесса. СРС предусмотрена Федеральным законом об образовании РФ (№ 273-ФЗ от 29.12.2012), образовательными стандартами РФ, учебными программами и планами по всем направлениям и всем дисциплинам.

Самостоятельная работа студентов – это отдельный тип образовательной деятельности обучающегося с использованием определенных источников информации, характерными особенностями которой являются место, время, формы и виды занятий, с обязательным включением их контроля и оценки со стороны обучающего.

Самостоятельная работа студентов проводится с целью закрепления и углубления полученных знаний, подготовки к предстоящим учебным занятиям, а также изучения дополнительных тем и рекомендованной литературы, выполнения контрольных заданий. Данный вид учебных занятий будет способствовать формированию и развитию у студентов самостоятельности, творчества и культуры научной организации учебной работы.

Для рациональной организации самостоятельной работы студенту необходимо изучить рекомендованные литературные источники и методические материалы,

указанные в разделе 10 для повторения лекционного материала и получения дополнительных сведений по темам учебной программы дисциплины. Выполнение самостоятельных заданий также требует соответствующей подготовленности студента по результатам самостоятельного изучения рекомендованного материала. При проведении исследовательской работы студенты могут воспользоваться литературой, приведённой в учебной программе, а также Интернет-ресурсами.

При компетентностном подходе к образованию конечной целью СРС является объединение знаний, умений и навыков, приобретенных в вузе, в крепкий фундамент для беспрепятственного начала профессиональной трудовой деятельности с возможностью дальнейшего самостоятельного обучения в течение всей жизни (Lifelong learning), совершенствования имеющихся и приобретения новых навыков и умений на уровне, позволяющем передавать накопленный опыт другим.

Место СРС

Может проходить как в учебной аудитории, так и за ее пределами. Например: в библиотеке, мультимедийном/компьютерном классе, дома/общезитии, Интернет-кафе и пр.

Рекомендации по выполнению заданий по пройденным темам (разделам) на семинарских занятиях (опрос, сообщение, доклад, разноуровневые задачи и задания, круглый стол, дискуссия)

Семинарские занятия проводятся в целях оказания помощи студентам в усвоении наиболее важных и трудных вопросов учебной дисциплины, глубоком осмыслении понимания и закреплении лекционного материала, формировании профессионального понятийного аппарата и логики мышления, выработке навыков работы с научной и учебной литературой.

Подготовку к семинарским занятиям студент должен начинать с изучения рекомендованной литературы и дополнительных материалов. После этого целесообразно подготовить план своего аргументированного сообщения по каждому вопросу, обсуждаемому на семинарском занятии. В ходе семинарского занятия студенты должны принимать активное участие в обсуждении поставленных вопросов, иллюстрируя теоретические положения примерами из рекомендованной научной, учебной литературы, а также из источников, найденных самостоятельно. Ответ студента на вопрос должен быть полным и развернутым, ни в коем случае не зачитываться дословно, подтверждаться адекватными примерами.

На семинарских занятиях студенты могут выступать с докладами по рекомендованной тематике. Такие доклады могут готовиться как по заданию преподавателя, так и по инициативе самого студента. Выступление на семинарском занятии обычно не превышает 10-15 минут. Оно должно носить законченный и системный характер, содержать анализ использованных нормативных актов и литературы. В ходе своего выступления студент может использовать специально подготовленный материал, а также конспект своего ответа.

При подготовке ответа на семинарском занятии необходимо учитывать следующие критерии (показатели) оценки ответов:

- полнота и конкретность ответа;
- последовательность и логика изложения;
- связь теоретических положений с практикой;
- обоснованность и доказательность излагаемых положений;
- наличие качественных и количественных показателей;
- наличие иллюстраций к ответам в виде исторических фактов, примеров и пр.;
- уровень культуры речи;

- использование наглядных пособий, мультимедийных презентаций и т.п.

При выполнении письменного задания необходимо продемонстрировать самостоятельность выполнения, способность аргументировать положения и выводы, обоснованность, четкость, лаконичность, оригинальность постановки проблемы, уровень освоения темы и изложения материала (обоснованность отбора материала, использование первичных источников, способность самостоятельно осмысливать факты, структура и логика изложения). Ответ должен быть полным и развернутым, содержать четкие формулировки всех определений, касающихся указанного вопроса, подтверждаться фактическими примерами.

Рекомендации по выполнению и оформлению рефератов

Реферат – это краткое изложение в письменном виде содержания книги, научной работы, результатов изучения научной проблемы. Цель написания реферата – осмысленное систематическое изложение крупной научной проблемы, темы, приобретение навыка «сжатия» информации, выделения в теме главного, а также освоение приемов работы с научной и учебной литературой, приобретение практики правильного оформления текстов научно-информационного характера.

Рекомендуемый объем реферата – от 15 страниц (без библиографического списка литературы).

В структуре реферата должны быть представлены:

- титульный лист,
- оглавление,
- введение с указанием цели и задач работы – 1 стр.,
- реферативный раздел с обязательной рубрикацией – от 10 стр.,
- заключение и выводы – 1 стр.,
- список использованной литературы и источников (не менее 15 по теме, из них ссылки на 6, учебники не использовать).

Следует обратить внимание на правильное оформление текста реферата, ссылок, цитат, списка литературы, который должен быть оформлен в сроки, предусмотренные учебным графиком.

Список использованной литературы дается в алфавитном порядке и должен содержать не менее 15 источников, оформляется согласно ГОСТ Р 7.0.5.–2008.

В тексте реферата каждому из разделов должен предшествовать заголовок.

Работы, не соответствующие заданию преподавателя, к рассмотрению не принимаются и не оцениваются! За нарушение сроков предоставления работ по неуважительной причине оценка снижается (применяется коэффициент 0,5).

Прежде чем защищать реферат необходимо проверить, выполнены и следующие требования к его оформлению, содержанию и презентации:

1. Наличие у работы титульного листа, страницы с оглавлением.
2. Соответствие названия работы ее содержанию, наличие в работе введения и заключения.
3. Наличие в работе обоснования ее актуальности (Введения).
4. Соответствие названий глав и параграфов работы их содержанию. Наличие в работе прямых цитат.
5. Соблюдение требований к содержанию и оформлению списка литературы.
6. Глубина проработки материала, грамотное, последовательное и логичное изложение сути исследуемой проблемы, имеющих точек зрения, а также собственного взгляда на нее.
7. Наличие мультимедийной презентации основных положений реферата.

Рекомендации по написанию и оформлению эссе

Эссе студента должно быть полным и развернутым, содержать четкие формулировки всех определений, касающихся указанного вопроса, подтверждаться фактическими примерами. Такое эссе демонстрирует самостоятельность выполнения, способность аргументировать положения и выводы, обоснованность, четкость, лаконичность, оригинальность постановки проблемы, уровень освоения темы и изложения материала (обоснованность отбора материала, использование первичных источников, способность самостоятельно осмысливать факты, структура и логика изложения).

Правила оформления эссе

Шрифт

Times New Roman, 14 размер, интервал 1,5.

Нумерация страниц

По тексту применяется сквозная нумерация, на титульном листе страница не ставится, но при нумерации учитывается.

Подзаголовки

В основной части эссе могут использоваться подзаголовки, которые допустимо выделить полужирным шрифтом. Печатать подзаголовки следует с абзацного отступа, с заглавной буквы, без точки в конце подзаголовка и без использования подчеркивания.

Графический материал

В основной части эссе могут присутствовать схемы, диаграммы, таблицы. Все рисунки и таблицы нумеруются, а их название располагается посередине строки (Рисунок 1 – Название, Таблица 1 – Название). Название рисунка пишется под рисунком, а название таблицы – над таблицей.

Структура эссе

Перед началом написания эссе необходимо обдумать план. Для этого, нужно знать из каких частей оно состоит. Несмотря на то, что этот жанр подразумевает полную свободу творчества, определенные требования к оформлению эссе все же существуют.

К структурным элементам эссе относятся:

титульный лист;

текст эссе;

список литературы.

Оформление титульной страницы

Правильное оформление работы подразумевает наличие титульного листа с указанием темы, автора, учебного заведения, руководителя, места и времени выполнения.

Слово «Эссе», которое располагается посередине страницы, чаще всего пишется более крупным шрифтом, по сравнению с остальным текстом.

Оформление содержания эссе

Вступление

Любая письменная работа имеет вступление, которое призвано ввести читателя в курс проблемы, заинтересовать темой. У читателя не должно остаться вопросов по поводу темы, ее актуальности и значимости. Следует выдерживать логическую связь между введением эссе и основной частью.

Внимание! Введение эссе не выносится на отдельную страницу и не имеет заголовка.

Основная часть

Далее необходимо логично и последовательно приводить аргументы, раскрывая заявленную тему. Рекомендуется активно использовать мнения различных ученых, приводить цитаты и ситуации из жизни.

Используемые цитаты должны быть заключены в кавычки и содержать ссылку на первоисточник с указанием авторства, года издания и страницы расположения цитируемой фразы. Информация об источнике (ссылка) может приводиться в круглых скобках по тексту или в квадратных скобках с указанием порядкового номера источника в

списке литературы.

Каждое утверждение должно сопровождаться пояснением и примером. В заключение каждого раздела с утверждением должен быть вывод или итоговое суждение.

Заключение

В заключительной части вновь озвучивается проблема, обобщаются все суждения из основной части и делается общий вывод, основанный на авторской позиции.

Оформление списка литературы

Среди используемых источников желательно указать монографии, сборники конференций и научные статьи в периодических изданиях. Оформляется список литературы в соответствии с установленными стандартами.

Указания и рекомендации по выполнению тестов и контрольных работ

Прежде, чем приступить к выполнению теста или контрольной работы необходимо:
1) ознакомиться с программой курса; 2) изучить учебный материал по соответствующим темам, используя конспект лекций, методические указания по дисциплине, рекомендуемую литературу, интернет-ресурсы; 3) составить конспект материала, вынесенного на самостоятельное изучение, словарь основных понятий; 4) выполнить рекомендуемые задания для самостоятельной работы по данному разделу (теме); 5) внимательно прочитать формулировку заданий теста или контрольной работы, обратив внимание на требования оформления.

Рекомендации по подготовке к аттестационным испытаниям

При подготовке к аттестационным испытаниям необходимо учитывать, что ответ студента на вопрос должен быть полным и развернутым, ни в коем случае не зачитываться дословно, содержать четкие формулировки всех определений, касающихся указанного вопроса, подтверждаться фактическими примерами. Такой ответ должен продемонстрировать знание студентом материала лекций, базового учебника и дополнительной литературы. Для самопроверки знаний студент должен воспользоваться контрольными вопросами, чтобы оперативно оценить свою подготовленность по каждой теме и определить готовность к изучению следующей темы, а также для подготовки к аттестационным испытаниям. Для подготовки ответа на 3 вопрос билета студент должен подготовить стилистический анализ фрагмента из произведения англоязычного автора.

12. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Маркетинг и сарттехнологии» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования, описание дескрипторов индикаторов формирования компетенций, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для определения дескрипторов, характеризующих индикаторы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие дескрипторы, характеризующие индикаторы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчик:

Кандидат исторических наук, доцент
кафедры теории и практики
иностранных языков ИИЯ РУДН



Н.С. Ерохова

Руководитель программы
директор ИИЯ РУДН



Н.Л.Соколова

Заведующий кафедрой
теории и практики иностранных языков ИИЯ РУДН



Н.Л.Соколова

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения
1	Разработана в соответствии с требованиями актуализированного Образовательного стандарта высшего профессионального образования РУДН, утвержденного решением ученого совета РУДН (протокол № 10 от 17.05.2021г.), введенного в действие приказом Ректора от 21.05.2021 № 371.	Решение ученого совета РУДН (протокол № 10 от 17.05.2021г.)
2	Утверждена с учетом актуализированного Образовательного стандарта высшего профессионального образования РУДН, утвержденного решением ученого совета РУДН (протокол № 10 от 17.05.2021г.), введенного в действие приказом Ректора от 21.05.2021 № 371.	Протокол заседания Ученого совета ИИЯ РУДН № 2001-12/14 от 25.05.2021г.
3	Актуализирована с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы	Протокол заседания Ученого совета ИИЯ РУДН № 2001-12/11 от 26.04.2022г.