

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 26.05.2025 16:53:17  
Уникальный программный ключ:  
sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Экономический факультет**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

### **МАРКЕТИНГ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2025 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Современные маркетинговые технологии на маркетинговых площадках» входит в программу бакалавриата «Маркетинг» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 5 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 6 разделов и 18 тем и направлена на изучение современных аспектов маркетинга на маркетинговых площадках.

Целью освоения дисциплины является приобретение студентами необходимой квалификации для понимания сущности маркетинга на маркетинговых площадках, его роли и места в деятельности предприятия, в качестве инструмента по достижению бизнес целей предприятия, руководствуясь вопросами удовлетворения потребностей потребителей в условиях конкурентной среды на маркетинговых площадках. Задачи маркетинга определяются содержанием и спецификой самого предмета и включают рассмотрение вопросов по формированию знаний, умений и навыков в маркетинговом планировании, отборе целевых рынков, подготовке и принятии решений в товарной, ценовой и распределительной политике, использование маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности на маркетинговых площадках.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Современные маркетинговые технологии на маркетинговых площадках» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

| Шифр  | Компетенция                                                                                                     | Индикаторы достижения компетенции<br>(в рамках данной дисциплины)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-10 | Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности                    | УК-10.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике;<br>УК-10.2 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей;<br>УК-10.3 Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| ПК-2  | Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга | ПК-2.1 Применяет современные подходы при разработке концепции продукта и формировании стратегии ценообразования, в том числе и на международных рынках;<br>ПК-2.2 Использует современные подходы при разработке сбытовой политики компании и политики продвижения, в том числе и на международных рынках;<br>ПК-2.3 Формирует и используют оптимальные каналы распределения, а также создает эффективную систему товародвижения;<br>ПК-2.4 Умеет использовать современные техники и методы продаж, а также применяет современные подходы при оценке динамики продаж и их прогнозировании;<br>ПК-2.5 Демонстрирует навыки в управлении бюджетом компании, в том числе рекламным бюджетом и бюджетом на продвижение;<br>ПК-2.6 Умеет интегрировать различные инструменты продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций; |
| ПК-3  | Способность управлять маркетинговой деятельностью                                                               | ПК-3.1 Владеет современными методиками управления маркетингом и умеет их применять в бизнес-процессе;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

| Шифр | Компетенция | Индикаторы достижения компетенции<br>(в рамках данной дисциплины)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | организации | ПК-3.2 Владеет современными методиками управления маркетингом и умеет их применять в бизнес-процессе;<br>ПК-3.3 Определяет наиболее оптимальный вариант при сравнении нескольких вариантов решения при разработке программы маркетинговой деятельности компании;<br>ПК-3.4 Формирует имидж компании и ее продуктов в процессе осуществления деятельности на рынке;<br>ПК-3.5 Применяет современные модели развития и управления брендом компании на рынке; |

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

| Шифр  | Наименование компетенции                                                                                        | Предшествующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                   | Последующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-10 | Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности                    | Микроэкономика;<br>Макроэкономика;                                                                                                                                                                                            | Преддипломная практика;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ПК-2  | Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга | <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;<br/>Тайм-менеджмент**;<br/>Основы предпринимательства**;<br/>Продвинутый Excel**;<br/>Визуализация данных с использованием инструментов искусственного интеллекта**;</i> | Проектно-технологическая практика;<br>Преддипломная практика;<br><i>Контент-маркетинг**;<br/>Маркетинговое администрирование**;<br/>ATL коммуникации**;<br/>VTL коммуникации**;<br/>Корпоративные связи с общественностью**;<br/>Событийный маркетинг**;<br/>Стратегии и технологии продаж на рынках товаров повседневного спроса**;<br/>Категорийный маркетинг**;<br/>CRM системы и программы лояльности**;<br/>Marketing logistics**;<br/>Маркетинг услуг**;<br/>Управление проектами;<br/>Брендинг;<br/>B2B маркетинг;<br/>Маркетинг в отраслях и сферах деятельности;<br/>Маркетинговые</i> |

| Шифр | Наименование компетенции                                      | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                               |                                             | коммуникации;<br>Управление продуктом;<br><i>Маркетинговая логистика**</i> ;<br><i>"Зеленый" маркетинг**</i> ;<br><i>Позиционирование городов мира: поиск идентичности**</i> ;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ПК-3 | Способность управлять маркетинговой деятельностью организации | <i>Основы предпринимательства**</i> ;       | <i>ATL коммуникации**</i> ;<br><i>BTL коммуникации**</i> ;<br><i>Корпоративные связи с общественностью**</i> ;<br><i>Событийный маркетинг**</i> ;<br><i>Стратегии и технологии продаж на рынках товаров повседневного спроса**</i> ;<br><i>Категорийный маркетинг**</i> ;<br><i>Marketing logistics**</i> ;<br>Брендинг;<br>B2B маркетинг;<br>Маркетинговые коммуникации;<br>Стратегический маркетинг;<br>Управление продуктом;<br><i>Маркетинговая логистика**</i> ;<br><i>"Зеленый" маркетинг**</i> ;<br><i>Позиционирование городов мира: поиск идентичности**</i> ;<br>Искусственный интеллект в цифровом маркетинге;<br>Проектно-технологическая практика;<br>Преддипломная практика; |

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

| Вид учебной работы                        | ВСЕГО, ак.ч. |     | Семестр(-ы) |
|-------------------------------------------|--------------|-----|-------------|
|                                           |              |     | 5           |
| Контактная работа, ак.ч.                  | 34           |     | 34          |
| Лекции (ЛК)                               | 0            |     | 0           |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 34           |     | 34          |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 0            |     | 0           |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 56           |     | 56          |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 18           |     | 18          |
| Общая трудоемкость дисциплины             | ак.ч.        | 108 | 108         |
|                                           | зач.ед.      | 3   | 3           |

Общая трудоемкость дисциплины «Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

| Вид учебной работы                        | ВСЕГО, ак.ч. |     | Семестр(-ы) |
|-------------------------------------------|--------------|-----|-------------|
|                                           |              |     | 6           |
| Контактная работа, ак.ч.                  | 42           |     | 42          |
| Лекции (ЛК)                               | 14           |     | 14          |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 0            |     | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 28           |     | 28          |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 57           |     | 57          |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 9            |     | 9           |
| Общая трудоемкость дисциплины             | ак.ч.        | 108 | 108         |
|                                           | зач.ед.      | 3   | 3           |

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины                         | Содержание раздела (темы) |                                                                                          | Вид учебной работы* |
|---------------|---------------------------------------------------------|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| Раздел 1      | Базовые определения маркетинга. Холистический маркетинг | 1.1                       | Базовые определения маркетинга                                                           | ЛР                  |
|               |                                                         | 1.2                       | Виды маркетинга                                                                          | ЛР                  |
| Раздел 2      | Стратегический маркетинг                                | 2.1                       | Маркетинговая среда                                                                      | ЛР                  |
|               |                                                         | 2.2                       | Стратегическое маркетинговое планирование на маркетинговых площадках                     | ЛР                  |
|               |                                                         | 2.3                       | Маркетинговая информационная система на маркетинговых площадках                          | ЛР                  |
| Раздел 3      | Выбор целевых рынков                                    | 3.1                       | Выбор целевого рынка на маркетинговых площадках                                          | ЛР                  |
|               |                                                         | 3.2                       | Сегментирование рынка на маркетинговых площадках                                         | ЛР                  |
|               |                                                         | 3.3                       | Маркетинговое позиционирование на маркетинговых площадках                                | ЛР                  |
|               |                                                         | 3.4                       | B2C. Поведение покупателей на маркетинговых площадках                                    | ЛР                  |
| Раздел 4      | Корпоративный маркетинг                                 | 4.1                       | B2B. Корпоративный маркетинг на маркетинговых площадках                                  | ЛР                  |
| Раздел 5      | Комплекс маркетинга                                     | 5.1                       | Роль продукта в маркетинге на маркетинговых площадках                                    | ЛР                  |
|               |                                                         | 5.2                       | Роль технического задания в разработке и продвижении продукта на маркетинговых площадках | ЛР                  |
|               |                                                         | 5.3                       | Ассортиментная политика на маркетинговых площадках                                       | ЛР                  |
|               |                                                         | 5.4                       | Маркетинговые каналы распространения на маркетинговых площадках                          | ЛР                  |
|               |                                                         | 5.5                       | Интегрированные маркетинговые коммуникации на маркетинговых площадках                    | ЛР                  |
|               |                                                         | 5.6                       | Роль цены в маркетинге на маркетинговых площадках                                        | ЛР                  |
| Раздел 6      | Современные тенденции маркетинга                        | 6.1                       | Тренды в продвижении товаров и услуг на маркетинговых площадках                          | ЛР                  |
|               |                                                         | 6.2                       | Современные тенденции маркетинга. UGC-контент                                            | ЛР                  |

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Тип аудитории | Оснащение аудитории                                                                                                                                                                      | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)                                                                                    |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лаборатория   | Аудитория для проведения лабораторных работ, индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и оборудованием. | ауд. 29, 27, 25, 23, 21<br>Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W, Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem- |

|                            |                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                            |                                                                                                                                                                                                              | 4303<br>Для самостоятельной работы<br>Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС. |
| Для самостоятельной работы | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС. | 4 зал. Библиотеки<br>Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC                                                        |

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература:

1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент: Экспресс-курс. – СПб.: Питер, 2022.
2. Игорь Манн Маркетинг без бюджета. 50 работающих инструментов / И. Манн. - 8-е изд. - М. : Манн, Иванов и Фербер, 2023.

### Дополнительная литература:

1. Моргачева, И. Н. Контент-маркетинг : учебное пособие для вузов / И. Н. Моргачева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 94 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21349-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569767>
2. Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — М. : Издательство Юрайт, 2022. — 436 с  
Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

### Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров
  - Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
  - ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
  - ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
  - ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

**РАЗРАБОТЧИК:**

Ассистент кафедры маркетинга

*Должность, БУП*

*Подпись*

Нога Владислава

Игоревна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой

*Должность БУП*

*Подпись*

Лукина Анастасия

Владимировна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Зобов Александр

Михайлович

*Фамилия И.О.*