

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 20.05.2025 16:40:26  
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**

### **КОНТАКТНЫЙ МАРКЕТИНГ (TOUCHPOINTS MARKETING)**

(наименование дисциплины/модуля)

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

### **38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

### **МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2025 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Контактный маркетинг (Touchpoints Marketing)» входит в программу магистратуры «Международный маркетинг» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 3 разделов и 8 тем и направлена на изучение прикладных инструментов управления клиентским опытом, универсальных в любой компании.

Целью освоения дисциплины является Предоставить обучающимся механизмы и инструменты для управления маркетингом через управление контактами с клиентами. В таких точках касания (точках контакта) студенты должны будут научиться управлять клиентским опытом и повышать эффективность бизнеса.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Контактный маркетинг (Touchpoints Marketing)» 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-2  | Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла                      | УК-2.1 Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта;<br>УК-2.2 Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения;<br>УК-2.3 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы;<br>УК-2.4 Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;<br>УК-2.5 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля;                                                        |
| ПКО-6 | Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании                | ПКО-6.1 Знает специфику работы с разными инструментами международного маркетинга;<br>ПКО-6.2 Знает основы международного сбыта, международной маркетинговой коммуникации;<br>ПКО-6.3 Умеет применять методы оценки эффективности решений в области международного маркетинга;<br>ПКО-6.4 Умеет анализировать действие компаний-международных партнеров;<br>ПКО-6.5 Владеет аналитическими, системными и коммуникационными навыками для ведения успешной деятельности в условиях быстро меняющейся международной маркетинговой среды;<br>ПКО-6.6 Владеет навыками креативного подхода к проблемам разработки и реализации международных маркетинговых стратегий компании; |
| ПКО-7 | Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании | ПКО-7.1 Знает этапы международного стратегического планирования;<br>ПКО-7.2 Знает критерии определения ключевых показателей, используемых при планировании маркетинговой деятельности предприятия на международном уровне;<br>ПКО-7.3 Умеет формировать планы маркетинга;<br>ПКО-7.4 Умеет разрабатывать основные бизнес-процессы предприятия, связанные с маркетинговой деятельностью;<br>ПКО-7.5 Владеет методами разработки и реализации маркетинговых программ;                                                                                                                                                                                                      |

| Шифр | Компетенция | Индикаторы достижения компетенции<br>(в рамках данной дисциплины)                                                         |
|------|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |             | ПКО-7.6 Владеет методами принятия тактических и оперативных решений в управлении маркетинговой деятельностью предприятия; |

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Контактный маркетинг (Touchpoints Marketing)» 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 «Контактный маркетинг (Touchpoints Marketing)».

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-2  | Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла                      |                                             | Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях;<br><i>Разработка бизнес стратегий в международных компаниях**</i> ;<br>Междисциплинарный групповой проект по международному маркетингу;<br>Индивидуальный проект по маркетинговому планированию;<br>Научно-исследовательская работа;<br>Преддипломная практика; |
| ПКО-6 | Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании                |                                             | Международные маркетинговые стратегии;<br><i>Инфографика и технологии презентации в корпорациях**</i> ;                                                                                                                                                                                                                               |
| ПКО-7 | Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании |                                             | Маркетинговый аудит;<br>Фрагментация производства и транснациональные цепочки стоимости;<br><i>Инфографика и технологии презентации в корпорациях**</i> ;<br><i>Моделирование и оценка потребительских предпочтений в реальных компаниях**</i> ;<br><i>Международные</i>                                                              |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики*                                                                                |
|------|--------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                          |                                             | <i>стратегические альянсы в маркетинге**;</i><br><i>Инновационное предпринимательство**;</i><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 «Контактный маркетинг (Touchpoints Marketing)» составляет «4» 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) |
|-------------------------------------------|--------------|-----|-------------|
|                                           |              |     | 1           |
| Контактная работа, ак.ч.                  | 36           |     | 36          |
| Лекции (ЛК)                               | 18           |     | 18          |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 0            |     | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 18           |     | 18          |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 108          |     | 108         |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 0            |     | 0           |
| Общая трудоемкость дисциплины             | ак.ч.        | 144 | 144         |
|                                           | зач.ед.      | 4   | 4           |

## 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      | Точки контакта как инструмент управления опытом клиента. | 1.1                       | Введение в точки контакта. Обзор дисциплины. Точки контакта в системе современного маркетинга.                                                                            | ЛК, СЗ              |
|               |                                                          | 1.2                       | Точки контакта как инструмент маркетинга. Задачи, которые решают точки контакта. Виды точек контакта. Приоритезация и контроль точек контакта в компании.                 | ЛК, СЗ              |
| Раздел 2      | Инструменты управления точками контакта компании.        | 2.1                       | Онлайн точки контакта. Точки контакта онлайн и их отличие от офлайн-точек. Как управлять точками контакта онлайн.                                                         | ЛК, СЗ              |
|               |                                                          | 2.2                       | Сенсорный маркетинг в точках контакта. Точки контакта в разрезе сенсорного маркетинга. Способы воздействия на клиента различными точками контакта.                        | ЛК, СЗ              |
|               |                                                          | 2.3                       | Точки контакта и позиционирование. Точки контакта как элемент создания позиционирования компании. Правила создания и улучшения точек контакта в разрезе позиционирования. | ЛК, СЗ              |
| Раздел 3      | Управление процессами компании через точки контакта.     | 3.1                       | Управление точками контакта компании. Система управления точками контакта в компании. Определение и улучшение важных точек контакта компании.                             | ЛК, СЗ              |
|               |                                                          | 3.2                       | Основные точки контакта компании. С каких точек контакта начинать работу над маркетингом компании. B2B и B2C точки контакта и способы их улучшения.                       | ЛК, СЗ              |
|               |                                                          | 3.3                       | От точек контакта к картированию пути клиента. Картирование пути клиента. Аватар клиента. Построение карты пути клиента.                                                  | ЛК, СЗ              |

\* - 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)    |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лекционная    | Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. | Ауд. 101. Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Мультимедиа проектор |

|                            |                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                            |                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>Casio XJ-S400UN,<br/>Мультимедиа проектор<br/>Casio XJ-V100W,<br/>Проекционный экран<br/>ГЕНА 244*244, Экран с<br/>электропроводом Draper<br/>203*1, Акустическая<br/>система Defender Mercury<br/>35 Mk1, Телевизор Philips.<br/>MS Windows 10 64bit,<br/>Microsoft Office 2021<br/>LTSC, Microsoft Office<br/>2013, 7-Zip, FastStone<br/>Image Viewer,<br/>FreeCommander, Adobe<br/>Reader, K-Lite Codec Pack</p> |
| Семинарская                | <p>Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.</p> | <p>Ауд. 107. Моноблок<br/>Lenovo AIO-510-22ISH<br/>Intel I5 2200 MHz/8<br/>GB/1000 GB/DVD/audio,<br/>монитор 21",<br/>Мультимедиа проектор<br/>Casio XJ-S400UN, Экран<br/>для проектора с<br/>электроприводом Draper.<br/>MS Windows 10 64bit,<br/>Microsoft Office 2021<br/>LTSC, Microsoft Office<br/>2013, 7-Zip, FastStone<br/>Image Viewer,<br/>FreeCommander, Adobe<br/>Reader, K-Lite Codec Pack</p>            |
| Для самостоятельной работы | <p>Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.</p>                                  | <p>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, Экран с электроприводом, белый матовый, Микшер-усилитель, Двухполосная AC APart SDQ8T-BL.<br/>MS Windows 10 64bit</p> <p>Microsoft Office 2021 LTSC, Microsoft Office 2013, 7-Zip, FastStone</p>                                                                    |

|  |  |                                                                    |
|--|--|--------------------------------------------------------------------|
|  |  | Image Viewer,<br>FreeCommander, Adobe<br>Reader, K-Lite Codec Pack |
|--|--|--------------------------------------------------------------------|

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

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература:*

1. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для вузов / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04642-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 1 — URL: <https://urait.ru/bcode/559811/p.1> (дата обращения: 26.03.2025).

2. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19009-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 7 — URL: <https://urait.ru/bcode/560014/p.7> (дата обращения: 26.03.2025).

### *Дополнительная литература:*

1. Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 447 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17919-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568761> (дата обращения: 26.03.2025).

2. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 589 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1003504. - ISBN 978-5-16-019085-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2084406> (дата обращения: 26.03.2025). — Режим доступа: по подписке.

### *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 «Контактный маркетинг (Touchpoints Marketing)».

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

**РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент кафедры

*Должность, БУП*

*Подпись*

Иванов Александр  
Михайлович

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой

*Должность БУП*

*Подпись*

Лукина Анастасия  
Владимировна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Доцент кафедры

*Должность, БУП*

*Подпись*

Зобов Александр  
Михайлович

*Фамилия И.О.*