

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 27.05.2026 10:54:33
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Институт иностранных языков

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ И ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

(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):

«Ивент менеджмент: организация конгрессных и культурно-массовых событий»

_____ (наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации и цифровые технологии» входит в программу магистратуры «Ивент менеджмент: организация конгрессных и культурно-массовых событий» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 1, 2 семестрах 1 курса по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

Дисциплину реализует Кафедра социальной педагогики Института иностранных языков РУДН. Дисциплина состоит из 2 разделов и 8 тем и направлена на изучение теоретических основ современной концепции маркетинга и маркетинговых коммуникаций, а также их категориально-понятийного аппарата; роли и функций составляющих элементов комплекса маркетинговых коммуникаций в системе маркетинговой деятельности предприятия в условиях цифровизации экономики; методов организации и управления маркетинговыми коммуникациями для предприятий в условиях цифровизации экономики.

Целью освоения дисциплины является формирование у слушателей комплекса знаний и навыков в области разработки и реализации комплекса маркетинговых коммуникаций на предприятии в условиях цифровизации экономики, а также контроля их эффективности..

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинговые коммуникации и цифровые технологии» 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 (в рамках данной дисциплины)
УК-7	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	УК-7.1. Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; УК-7.2. Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.
ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии	ОПК-4.1. Применяет технологии управления проектами и процессной деятельностью, с учетом современных практик; ОПК-4.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии развития рынка; ОПК-4.3. Разрабатывает и внедряет стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций в профессиональную сферу.

ОПК-6	Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность	ОПК-6.1. Планирует к применению и анализирует возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач; ОПК-6.2. Применяет цифровые технологии для решения профессиональных задач; ОПК-6.3. Способен реализовать технологии работы с цифровыми данными, оценивая их источники и релевантность.
ПК-6	Способен разрабатывать маркетинговые концепции профессионального организатора конгрессного мероприятия и реализовывать их с использованием информационно коммуникационных средств	ПК-6.1. Обосновывает полученную, с использованием современных информационно коммуникативных технологий маркетинговую информацию, для принятия управленческих решений в сфере развития проектов конгрессных мероприятий; ПК-6.2. Умеет разрабатывать стратегический план, приоритеты и ключевые факторы эффективности конгрессного мероприятия на основе имеющейся маркетинговой информации ПК-6.3. Умеет использовать современные информационно коммуникационные средства для реализации маркетинговых концепций в сфере конгрессной деятельности

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной деятельности» «Маркетинговые коммуникации и цифровые технологии» относится к вариативной части 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 профессиональной деятельности».

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-7	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных		Преддипломная практика

ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии		Преддипломная практика
ОПК-6	Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность		Преддипломная практика
ПК-6	Способен разрабатывать маркетинговые концепции профессионального организатора конгрессного мероприятия и реализовывать их с использованием информационно коммуникационных средств		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 «Маркетинговые коммуникации и цифровые технологии» составляет «6» зачетных единиц.

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
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		17
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	112		56
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	36		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	216	108
	зач.ед.	6	3

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			2
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		17
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	112		56
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	36		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	216	108
	зач.ед.	6	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	Подготовительный этап разработки маркетинговых коммуникаций.	Тема 1.1. Сущность маркетинга и маркетинговых коммуникаций.	ЛК, СЗ
		Тема 1.2. Управление маркетингом.	ЛК, СЗ
		Тема 1.3. Стратегическое планирование в маркетинговых коммуникациях	ЛК, СЗ
		Тема 1.4. Планирование целевого рынка для построения эффективных маркетинговых коммуникаций.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Маркетинговые исследования и их роль в планировании маркетинговых коммуникаций.	Тема 2.1. Значение и классификация маркетинговой информации.	ЛК, СЗ
		Тема 2.2. Качественные методы проведения маркетинговых исследований.	ЛК, СЗ
		Тема 2.3 Количественные методы проведения маркетинговых исследований.	ЛК, СЗ
		Тема 2.4 Маркетинговое исследование потребителей.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – 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.	Моноблок ASUS Zen Aio Pro Z340IC – 1 шт, Проектор BenQ MW535 – 1 шт, активная акустическая система – 1 комплект, ПО Операционная система Microsoft Windows Лицензия № 56278518 дата продления 30.04.2022, Офисный пакет Microsoft Office 365 Лицензия № 56278518 дата продления 30.04.2022
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Ноутбук 15.6/i5/8/256 – 1 шт, Проектор BenQ – 1 шт, активная акустическая система – 1 комплект, ПО Операционная система Microsoft Windows Лицензия № 56278518 дата продления 30.04.2022, Офисный пакет Microsoft Office 365 Лицензия № 56278518 дата продления 30.04.2022
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.	Моноблок ASUS Zen Aio Pro Z340IC – 12 шт, Проектор BenQ MW535 – 1 шт, Ноутбук Aser 15,6 – 1 шт., активная акустическая система – 1 комплект, ПО Операционная система Microsoft Windows Лицензия № 56278518 дата продления 30.04.2022, Офисный пакет Microsoft Office 365 Лицензия № 56278518 дата продления 30.04.2022

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-043570. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511008>

2. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебник для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568206>

Дополнительная литература:

1. Ромат Е., Сандеров Д. Маркетинговые коммуникации. Учебник для ВУЗОВ – СПб: Питер, 2018 - 496 с. - ISBN: 978-5-4461-0497-0 - Текст: электронный// https://www.litres.ru/dmitriy-senderov/marketingovye-kommunikacii28538751/#buy_now_noreg

3. Фомичев, В. И. Выставочное дело: учебное пособие для академического бакалавриата [электронный ресурс]/ В. И. Фомичев. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 134 с. — (Серия: Университеты России). — ISBN 978-5534-08095-7 - www.biblio-online.ru/book/EF36764F-1994-470B-9E19-84347708D038

4. Чернышева А.М., Якубова Т.Н. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2ч. Учебник и практикум - М.: ЮРАЙТ, 2019, гриф УМО ВО - ISBN 978-5-99168566-5, 978-5-9916-8567-2

5. Ковалевская Р. В. Место event-маркетинга в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций. ООО «Международная организация сотрудничества», Москва, Российская Федерация. Коммуникология: электронный научный журнал. Том 5. №4. 2020.

6. К.С. Бородина, В.В. Лобанова, П.В. Усенкова «Роль цифровых коммуникаций в event-сфере». Уральский федеральный университет. Екатеринбург . 2020 г.

7. Маякова Н. В. Исследование: тренды в индустрии коммуникаций в России и мире // vc.ru. — 2018 URL: <https://vc.ru/flood/38721issledovanie-trendy-industrii-kommunikaciy-v-ossii-i-mire>.

8. Adindex. «Как в условиях цифровой экономики эффективно выстраивать маркетинг» [Электронный ресурс]. URL: <https://adindex.ru/specprojects/digitalopinion/175487.phtml>

9. Шевченко Д. А. «Креативные решения в маркетинге: event «маркетинг» // *Практ. маркетинг.* 2020 № 2 (276) [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-resheniya-v-marketinge-event-marketing>

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

- 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 «Маркетинговые коммуникации и цифровые технологии».

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

РАЗРАБОТЧИКИ:

Преподаватель		Ревкова Екатерина Михайловна
_____	_____	_____
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Директор ИИЯ		Соколова Наталия Леонидовна
_____	_____	_____
Наименование БУП	Подпись	Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Директор ИИЯ		Соколова Наталия Леонидовна
_____	_____	_____
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.