

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор по образовательной  
деятельности

\_\_\_\_\_ С.Т. Князев  
«\_\_» \_\_\_\_\_

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1143092	Международный маркетинг

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
<b>Образовательная программа</b> 1. Международная торговля и предпринимательство 2. Управление международными торговыми и логистическими связями регионов	<b>Код ОП</b> 1. 38.04.06/33.01 2. 38.04.06/33.02
<b>Направление подготовки</b> 1. Торговое дело	<b>Код направления и уровня подготовки</b> 1. 38.04.06

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Астратова Галина Владимировна	доктор экономических наук, профессор	Профессор	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ **Международный маркетинг**

## 1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль направлен на формирование следующих результатов обучения: Способность к разработке и управлению товарной политикой организации (предприятия) в организационно-управленческой деятельности. Целью изучения дисциплин модуля является формирование у студентов знаний, умений и навыков применения технологий реализации международного бизнеса, использования методов построения электронного бизнеса, его инструментария при работе на различных сегментах рынка; базовая подготовка по технологиям электронного бизнеса и навыки по применению данных технологий, достаточные для последующей самостоятельной работы со специальной литературой и изучения специальных дисциплин.

## 1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Международный маркетинг	3
2	Интернет-маркетинг	3
3	Рекламный менеджмент	3
ИТОГО по модулю:		9

## 1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

## 1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Интернет-маркетинг	ПК-7 - Способен к поиску инновационных идей при проектировании,	У-1 - Уметь осуществлять поиск инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и

	<p>разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p> <p><b>(Международная торговля и предпринимательство)</b></p>	<p>реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p>
	<p>ПК-7 - Способен к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>У-1 - Уметь осуществлять поиск инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p>
	<p>ПК-13 - Способен к исследованию прогрессивных направлений развития деятельности в области коммерции, и (или)</p>	<p>З-1 - Знать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p>

<p>маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>У-1 - Уметь исследовать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p>П-1 - Владеть навыками исследования прогрессивных направлений развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p>
<p>ПК-13 - Способен к исследованию прогрессивных направлений развития деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>З-1 - Знать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p>У-1 - Уметь исследовать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p>П-1 - Владеть навыками исследования прогрессивных направлений развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p>
<p>ПК-21 - Способен планировать мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>У-1 - Уметь планировать мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p> <p>П-1 - Владеть навыками планирования мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p>
<p>ПК-21 - Способен планировать мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа</p>	<p>У-1 - Уметь планировать мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p>

	<p>международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>П-1 - Владеть навыками планирования мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p>
	<p>ПК-22 - Внедрять электронный документооборот при торговых и логистических операциях.</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>У-1 - Уметь внедрять электронный документооборот при торговых и логистических операциях</p> <p>П-1 - Владеть навыками внедрения электронного документооборота при торговых и логистических операциях</p>
	<p>ПК-22 - Внедрять электронный документооборот при торговых и логистических операциях.</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>У-1 - Уметь внедрять электронный документооборот при торговых и логистических операциях</p> <p>П-1 - Владеть навыками внедрения электронного документооборота при торговых и логистических операциях</p>
Международный маркетинг	<p>ПК-7 - Способен к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров,</p>	<p>З-1 - Знать инновационные идеи при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p>

	<p>готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p> <p><b>(Международная торговля и предпринимательство)</b></p>	
	<p>ПК-7 - Способен к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>З-1 - Знать инновационные идеи при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p>
	<p>ПК-7 - Способен к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и</p>	<p>З-1 - Знать инновационные идеи при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p> <p>У-1 - Уметь осуществлять поиск инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к</p>

	<p>разработке бренд-технологий</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p> <p>П-1 - Владеть навыками поиска инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p>
	<p>ПК-8 - Способен применять проектные, логистические и маркетинговые технологии в торговой и предпринимательской деятельности для достижения текущих и стратегических целей предприятия на международных ранках товаров и услуг</p> <p><b>(Международная торговля и предпринимательство)</b></p>	<p>З-1 - Знать проектные, логистические и маркетинговые технологии в торговой и предпринимательской деятельности для достижения текущих и стратегических целей предприятия на международных ранках товаров и услуг</p> <p>У-1 - Уметь применять проектные, логистические и маркетинговые технологии в торговой и предпринимательской деятельности для достижения текущих и стратегических целей предприятия на международных ранках товаров и услуг</p> <p>П-1 - Владеть навыками применения проектных, логистических и маркетинговых технологий в торговой и предпринимательской деятельности для достижения текущих и стратегических целей предприятия на международных ранках товаров и услуг</p>
	<p>ПК-8 - Способен применять проектные, логистические и маркетинговые технологии в торговой и логистической деятельности для достижения текущих и стратегических целей предприятия на международных ранках товаров и услуг</p> <p><b>(Управление международными</b></p>	<p>З-1 - Знать проектные, логистические и маркетинговые технологии в торговой и логистической деятельности для достижения текущих и стратегических целей предприятия на международных ранках товаров и услуг</p> <p>У-1 - Уметь применять проектные, логистические и маркетинговые технологии в торговой и логистической деятельности для достижения текущих и стратегических целей предприятия на международных ранках товаров и услуг</p>

	<p><b>торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>П-1 - Владеть навыками применения проектных, логистических и маркетинговых технологий в торговой и логистической деятельности для достижения текущих и стратегических целей предприятия на международных рынках товаров и услуг</p>
	<p>ПК-8 - Способен применять проектные, логистические и маркетинговые технологии в торговой и логистической деятельности для достижения текущих и стратегических целей предприятия на международных рынках товаров и услуг</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>З-1 - Знать проектные, логистические и маркетинговые технологии в торговой и логистической деятельности для достижения текущих и стратегических целей предприятия на международных рынках товаров и услуг</p> <p>У-1 - Уметь применять проектные, логистические и маркетинговые технологии в торговой и логистической деятельности для достижения текущих и стратегических целей предприятия на международных рынках товаров и услуг</p> <p>П-1 - Владеть навыками применения проектных, логистических и маркетинговых технологий в торговой и логистической деятельности для достижения текущих и стратегических целей предприятия на международных рынках товаров и услуг</p>
	<p>ПК-13 - Способен к исследованию прогрессивных направлений развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p><b>(Международная торговля и предпринимательство)</b></p>	<p>З-1 - Знать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p>У-1 - Уметь исследовать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p>
	<p>ПК-13 - Способен к исследованию прогрессивных направлений развития деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p>	<p>З-1 - Знать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p>У-1 - Уметь исследовать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p>

<p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p>П-1 - Владеть навыками исследования прогрессивных направлений развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p>
<p>ПК-13 - Способен к исследованию прогрессивных направлений развития деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>З-1 - Знать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p>У-1 - Уметь исследовать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p>П-1 - Владеть навыками исследования прогрессивных направлений развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p>
<p>ПК-14 - Способен организовать и провести международное мероприятие, в том числе международную выставку, презентацию, event-мероприятие</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>З-1 - Знать принципы организации международных мероприятий, в том числе международную выставку, презентацию, event-мероприятие</p> <p>У-1 - Уметь организовывать и проводить международное мероприятие, в том числе международную выставку, презентацию, event-мероприятие</p> <p>П-1 - Владеть навыками организации и проведения международного мероприятия, в том числе международную выставку, презентацию, event-мероприятие</p>
<p>ПК-20 - Способен руководить разработкой плана по международному продвижению компании</p> <p><b>(Международная торговля и предпринимательство)</b></p>	<p>З-1 - Знать принципы руководства разработкой плана по международному продвижению компании</p> <p>У-1 - Уметь руководить разработкой плана по международному продвижению компании</p>

<p>ПК-20 - Способен руководить разработкой плана по международному продвижению компании</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>З-1 - Знать принципы руководства разработкой плана по международному продвижению компании</p> <p>У-1 - Уметь руководить разработкой плана по международному продвижению компании</p> <p>П-1 - Владеть навыками руководства разработкой плана по международному продвижению компании</p>
<p>ПК-20 - Способен руководить разработкой плана по международному продвижению компании</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>З-1 - Знать принципы руководства разработкой плана по международному продвижению компании</p> <p>У-1 - Уметь руководить разработкой плана по международному продвижению компании</p> <p>П-1 - Владеть навыками руководства разработкой плана по международному продвижению компании</p>
<p>ПК-21 - Способен планировать мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>З-1 - Знать принципы планирования мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p> <p>У-1 - Уметь планировать мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p> <p>П-1 - Владеть навыками планирования мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p>
<p>ПК-21 - Способен планировать мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p>	<p>З-1 - Знать принципы планирования мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p> <p>У-1 - Уметь планировать мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p>

	<b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b>	П-1 - Владеть навыками планирования мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики
	ПК-22 - Внедрять электронный документооборот при торговых и логистических операциях. <b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b>	З-1 - Знать принципы внедрения электронного документооборота при торговых и логистических операциях
	ПК-22 - Внедрять электронный документооборот при торговых и логистических операциях. <b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b>	З-1 - Знать принципы внедрения электронного документооборота при торговых и логистических операциях
Рекламный менеджмент	ПК-7 - Способен к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий	У-1 - Уметь осуществлять поиск инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий  П-1 - Владеть навыками поиска инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к

<p><b>(Международная торговля и предпринимательство)</b></p>	<p>проектированию и разработке бренд-технологий</p>
<p>ПК-7 - Способен к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>У-1 - Уметь осуществлять поиск инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p> <p>П-1 - Владеть навыками поиска инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p>
<p>ПК-7 - Способен к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p> <p><b>(Управление международными</b></p>	<p>З-1 - Знать инновационные идеи при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p> <p>У-1 - Уметь осуществлять поиск инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p>

<p><b>торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>П-1 - Владеть навыками поиска инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p>
<p>ПК-13 - Способен к исследованию прогрессивных направлений развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p><b>(Международная торговля и предпринимательство)</b></p>	<p>З-1 - Знать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p>У-1 - Уметь исследовать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p>
<p>ПК-13 - Способен к исследованию прогрессивных направлений развития деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>З-1 - Знать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p>У-1 - Уметь исследовать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p>П-1 - Владеть навыками исследования прогрессивных направлений развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p>
<p>ПК-13 - Способен к исследованию прогрессивных направлений развития деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или)</p>	<p>З-1 - Знать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p>У-1 - Уметь исследовать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или)</p>

<p>рекламы, и (или) логистики</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p> <p>П-1 - Владеть навыками исследования прогрессивных направлений развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики</p>
<p>ПК-14 - Способен организовать и провести международное мероприятие, в том числе международную выставку, презентацию, event-мероприятие</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>З-1 - Знать принципы организации международных мероприятий, в том числе международную выставку, презентацию, event-мероприятие</p> <p>У-1 - Уметь организовывать и проводить международное мероприятие, в том числе международную выставку, презентацию, event-мероприятие</p> <p>П-1 - Владеть навыками организации и проведения международного мероприятия, в том числе международную выставку, презентацию, event-мероприятие</p>
<p>ПК-21 - Способен планировать мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>У-1 - Уметь планировать мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p> <p>П-1 - Владеть навыками планирования мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p>
<p>ПК-21 - Способен планировать мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p>	<p>У-1 - Уметь планировать мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p> <p>П-1 - Владеть навыками планирования мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики</p>

	<p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	
	<p>ПК-22 - Внедрять электронный документооборот при торговых и логистических операциях.</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>З-1 - Знать принципы внедрения электронного документооборота при торговых и логистических операциях</p>
	<p>ПК-22 - Внедрять электронный документооборот при торговых и логистических операциях.</p> <p><b>(Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)</b></p>	<p>З-1 - Знать принципы внедрения электронного документооборота при торговых и логистических операциях</p>

### 1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Международный маркетинг**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Астратова Галина Владимировна	доктор экономических наук, профессор	Профессор	Кафедра интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

**Рекомендовано учебно-методическим советом института** Институт экономики и управления

Протокол № 39 от 20.03.2024 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Астратова Галина Владимировна, Профессор, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Содержание и специфика международного маркетинга	Международный маркетинг: предпосылки, цели, специфика Глобализация и ее влияние на развитие международного маркетинга. Фритредерство и протекционизм. Опасности и барьеры при проникновении на иностранные рынки. Сбор информации о страновых особенностях потенциальных зарубежных рынков. Виды международного маркетинга. Классификация международного маркетинга. Экспорт и импорт. Совместная предпринимательская деятельность. Прямые инвестиции. Франчайзинг.
P2	Комплекс международного маркетинга	Стандартизация и адаптация комплекса 4-Р. Особенности товарной политики в международном маркетинге. Экспортная товарная политика: основные решения. Подделки на мировом рынке Ценообразование на зарубежных рынках. Виды цен в международной торговле. Разновидности ценовой политики в международном маркетинге. Мировая конъюнктура и неустойчивость цен. Сбытовая политика в международном маркетинге. Решения о каналах сбыта. Организация сбыта в международном аспекте: отбор торговых посредников. Международные торговые сделки. Особенности политики продвижения в международном маркетинге. Формирование потребительского спроса посредством маркетинговых коммуникаций. Факторы, влияющие на политику продвижения.

<p><b>Р3</b></p>	<p>Маркетинговые исследования: цели, направления и инструментарий</p>	<p>Понятие и сущность маркетинговых исследований. Цели и задачи маркетинговых исследований. Значение и особенности исследований в международной торговой деятельности. Субъекты исследований. Основные этапы, виды и направления исследований. Специфика окружающей среды международного маркетинга. Маркетинговые исследования и сегментация мировых рынков. Планы маркетинговых исследований, процесс планирования. Разработка графика маркетинговых исследований, Определение бюджета и времени на реализацию. рынков. Сбор, обработка, хранение первичной и вторичной информации, преимущества и недостатки. Методы и средства проведения маркетинговых исследований. Использование компьютерных программ в исследованиях. Разведочные, описательные и каузальные исследования. Полевые и кабинетные исследования. Коммуникационные приемы. Специфические приемы. Бэнчмаркинг. Методы проведения полевых исследований: наблюдение, эксперимент, опрос. Метод фокус-группы. Прогнозирование. Технология подготовки анкет и проведения опросов. Определение объема выборки и разработка плана выборочного исследования. Обработка данных, полученных при проведении маркетинговых исследований. Структура отчета и его оформление.</p>
<p><b>Р4</b></p>	<p>Анализ рыночных возможностей компании в сфере международной торговли</p>	<p>Исследование зарубежного рынка. Конъюнктура рынка и его показатели. Определение емкости рынка и рыночной доли. Элементы ситуативного анализа. PEST-анализ. Базовый и расширенный SWOT-анализ. Матрица БКГ. Матрица Мак-Кинси. Анализ сегментации. Позиционный анализ. Сравнительный анализ конкурентов. Многоугольник конкурентоспособности. Конкурентная карта рынка. Исследование зарубежных потребителей: выявление и прогнозирование потребностей, возможностей формирования потребностей, использования каналов маркетинговых коммуникаций.</p>

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации /полностью на иностранном языке.

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Международный маркетинг

#### Электронные ресурсы (издания)

1. Сейфуллаева, М. Э.; Международный маркетинг : учебник.; Юнити-Дана, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685452> (Электронное издание)
2. Акулич, И. Л.; Международный маркетинг : учебник.; Тетралит, Минск; 2014;

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572131> (Электронное издание)

3. Акулич, И. Л.; Международный маркетинг : учебник.; Тетралит, Минск; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572131> (Электронное издание)

4. Девлетов, О. У.; Международный маркетинг : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429412> (Электронное издание)

#### **Печатные издания**

1. Багиев, Г. Л.; Международный маркетинг : [учебник по специальности "Маркетинг"].; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2008 (8 экз.)

#### **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

Международная база цитирований Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com/>

Международная база цитирований Scopus - <https://www.scopus.com/>

Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>

Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>

Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>

Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского - [http://book.uraic.ru/el\\_library](http://book.uraic.ru/el_library)

#### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

#### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;

Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;

Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;

ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» <http://www.biblioclub.ru/>;

зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>

электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>

справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>

### **3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Международный маркетинг**

**Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением**

№ п/п	Виды занятий	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>

4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Интернет-маркетинг**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Мокерова Юлия Викторовна	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	Кафедра интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

**Рекомендовано учебно-методическим советом института** Институт экономики и управления

Протокол № 39 от 20.03.2024 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Мокерова Юлия Викторовна, Доцент, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Раздел 1	Интернет-маркетинг: особенности цифровой среды для достижения целей маркетинга
2	Раздел 2	Реализация комплекса маркетинга в сети Интернет
3	Раздел 3	Разработка и реализация плана маркетинга в сети Интернет
4	Раздел 4	Особенности продвижения и поддержки продаж в сети Интернет
5	Раздел 5	Маркетинговые исследования и веб-аналитика

## 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется полностью на иностранном языке.

# 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Интернет-маркетинг**

**Электронные ресурсы (издания)**

1. Акулич, М. В.; Интернет-маркетинг : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274> (Электронное издание)
2. Катаев, А. В.; Интернет-маркетинг : учебное пособие.; Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687> (Электронное издание)
3. Сафонова, Л. А.; Интернет-маркетинг : учебное пособие.; Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Новосибирск; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/90586.html> (Электронное издание)
4. Ветцель, К. Я.; Интернет-маркетинг : учебное пособие.; Сибирский федеральный университет, Красноярск; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/100023.html> (Электронное издание)

### **Печатные издания**

1. , Андросов, Андросов Н., Ворошилова, Ворошилова И., Долгов, Долгов В., Замарацкая, Замарацкая С., Манн, Манн И., Сухов, Сухов С.; Интернет-маркетинг на 100%; Питер, Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.]; 2009 (2 экз.)
2. , Сухов, С.; Интернет-маркетинг на 100%; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2009 (5 экз.)
3. Вирин, Ф.; Интернет-маркетинг. Полное практическое руководство; Эксмо, Москва; 2012 (1 экз.)

### **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

1. Международная база цитирований Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com/>
2. Международная база цитирований Scopus - <https://www.scopus.com/>
3. Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>
4. Справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>
5. Научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/>
6. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>
7. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>
8. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского [http://book.uraic.ru/el\\_library](http://book.uraic.ru/el_library)

### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

- IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;
- Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;
- Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru/>;
- ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» <http://www.biblioclub.ru/>;
- зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>
- электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>

### 3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Интернет-маркетинг

#### Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
2	Практические занятия	Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	CS6 Master Collection 6 Multiple Platforms Russian AOO License Level 1 Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Подключение к сети Интернет	CS6 Master Collection 6 Multiple Platforms Russian AOO License Level 1
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Персональные компьютеры по количеству обучающихся Оборудование, соответствующее требованиям	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms

		<p>организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Рекламный менеджмент**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Голубкова Екатерина Александровна	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	Кафедра интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

**Рекомендовано учебно-методическим советом института** Институт экономики и управления

Протокол № 39 от 20.03.2024 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Голубкова Екатерина Александровна, Доцент, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Рекламный продукт как экономический и социокультурный феномен	Понятие рекламной деятельности. Основные функции и роли рекламы в маркетинговой деятельности. Цели, особенности создания и размещения различных видов рекламы. Контролирующие учреждения: конкуренты, органы власти, общественные организации. Обслуживающие учреждения: рекламные агентства, СМИ, исследовательские организации.
P2	Управление созданием рекламного продукта	Разработка рекламной кампании Средства распространения рекламы. Понятие медиастратегии и медиапланирования. Знакомство с традиционными и нетрадиционными рекламными носителями. Специфика построения рекламного сообщения. Основные этапы и технологии процесса разработки рекламного обращения.
P3	Управление организационными структурами рекламного агентства	Особенности взаимодействия участников рекламной коммуникации: рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребитель рекламы. Рекламное агентство как субъект рынка: цели, функции, виды

		<p>Организационная структура рекламных агентств.</p> <p>Особенности управления рекламными агентствами и отделами.</p>
--	--	---

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется полностью на иностранном языке.

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Рекламный менеджмент

#### Электронные ресурсы (издания)

1. Цветкова, Г. С.; Рекламный менеджмент : учебное пособие.; Поволжский государственный технологический университет, Йошкар-Ола; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494305> (Электронное издание)
2. Романов, А. А.; Рекламный менеджмент: учебно-практическое пособие : учебное пособие.; Евразийский открытый институт, Москва; 2010; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90770> (Электронное издание)
3. Романов, А. А.; Управление рекламными кампаниями в СМИ: учебно-практическое пособие : учебное пособие.; Евразийский открытый институт, Москва; 2010; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90774> (Электронное издание)
4. Шарков, Ф. И.; Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200> (Электронное издание)
5. Романов, А. А.; Массовые коммуникации: учебно-практическое пособие : учебное пособие.; Евразийский открытый институт, Москва; 2010; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93162> (Электронное издание)
6. Комиссарова, М. Н.; Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для спо.; Профобразование, Саратов; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/95594.html> (Электронное издание)

#### Печатные издания

1. Бобылева, М. П.; Рекламный менеджмент. Основы профессиональной деятельности; Журн. "Управление персоналом", Москва; 2004 (10 экз.)

#### Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Международная база цитирований Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com/>

Международная база цитирований Scopus - <https://www.scopus.com/>

Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>

Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>

Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>

### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;

Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;

Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;

ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» <http://www.biblioclub.ru/>;

зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>

электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>

справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>

## **3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Рекламный менеджмент**

#### **Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением**

Таблица 3.1

<b>№ п/п</b>	<b>Виды занятий</b>	<b>Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень лицензионного программного обеспечения</b>
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms

		<p>соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>CorelDRAW Graphics Suite X3 Russian</p>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>CorelDRAW Graphics Suite X3 Russian</p> <p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в</p>	<p>Adobe Connect 9 EDU</p>

	<p>соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p>
--	---	--