

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 03.05.2026 20:25:33

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Институт мировой экономики и бизнеса

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МЕЖДУНАРОДНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Международные маркетинговые коммуникации» входит в программу магистратуры «Рекламный менеджмент» по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 2 разделов и 10 тем и направлена на изучение основных принципов, методов и инструментов, используемых в сфере продвижения брендов и продуктов на зарубежных рынках с учётом культурных, экономических и медиаспецифик различных стран.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов системы теоретических знаний о международной рекламе, а также развитие практических умений и навыков разработки и реализации стратегий международного продвижения брендов при выходе компаний на внешние рынки.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Международные маркетинговые коммуникации» 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-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Интерпретирует историю России в контексте мирового исторического развития; УК-5.2 Находит и использует при социальном и профессиональном общении информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп; УК-5.3 Учитывает при социальном и профессиональном общении по заданной теме историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения; УК-5.4 Осуществляет сбор информации по заданной теме с учетом этносов и конфессий, наиболее широко представленных в точках проведения исследования; УК-5.5 Обосновывает особенности проектной и командной деятельности с представителями других этносов и (или) конфессий; УК-5.6 Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции;
УК-6	Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности; УК-6.2 Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей; УК-6.3 Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи; УК-6.4 Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения;
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания	ОПК-3.1 Знает содержание этапов и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса; ОПК-3.2 Умеет анализировать достижения отечественной и мировой культуры;

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	медiateкстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.3 Создает медiateксты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом результатов анализа достижений отечественной и мировой культуры;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Международные маркетинговые коммуникации» относится к обязательной 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 освоения дисциплины «Международные маркетинговые коммуникации».

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-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия		Преддипломная практика; <i>Деловой второй иностранный язык**</i> ; <i>Русский язык делового общения**</i> ; <i>Деловые коммуникации, этикет и протокол**</i> ; <i>HR-коммуникации**</i> ; <i>Иностранный язык в профессиональной деятельности**</i> ; <i>Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности**</i> ; <i>Деловой иностранный язык (второй) факультатив**</i> ; <i>Деловой русский язык (факультатив)**</i> ;
УК-6	Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки		Производственная практика; Преддипломная практика; Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы); Научно-исследовательская практика; Проектная практика; Медиаменеджмент и медиамаркетинг;
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медiateкстов и		Преддипломная практика; Научно-исследовательская практика; <i>Профессиональный иностранный язык</i>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов		<i>(факультатив)**; Профессиональный русский язык (факультатив)**;</i>

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Международные маркетинговые коммуникации» 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)
			1
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	47		47
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	27		27
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	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Глобальная индустрия и региональные рынки	1.1	Мировой рынок рекламы. Крупнейшие рекламные агентства	• Структура и объёмы мирового рекламного рынка • Роль глобальных рекламных холдингов (WPP, Omnicom, Publicis и др.) • Взаимодействие транснациональных брендов и международных агентств	ЛК, СЗ
		1.2	Рынок рекламы в Индии	Особенности медиапотребления и культурный контекст Национальные и международные рекламные игроки Адаптация глобальных брендов к индийскому рынку	ЛК, СЗ
		1.3	Рынок рекламы в России	Структура рекламного рынка и ключевые каналы продвижения Регулирование рекламной деятельности Современные тренды и трансформация рынка	ЛК, СЗ
		1.4	Рынки рекламы в других странах	Сравнительный анализ рекламных рынков разных стран Национальные особенности коммуникаций и креатива Лучшие кейсы международных рекламных кампаний	ЛК, СЗ
		1.5	Международная реклама: понятие, особенности, характеристики	Понятие и функции международной рекламы Стандартизация и адаптация рекламных сообщений Кросс-культурные различия в коммуникациях	ЛК, СЗ
Раздел 2	Стратегии, тренды и инструменты продвижения	2.1	Тренды продвижения на мировом рекламном рынке	Диджитализация и рост performance-маркетинга Персонализация и data-driven реклама ESG, устойчивое развитие и социальная ответственность брендов	ЛК, СЗ
		2.2	Международная рекламная стратегия	Этапы разработки международной рекламной стратегии Выбор целевых рынков и позиционирование бренда Интеграция рекламы с другими элементами маркетинга	ЛК, СЗ
		2.3	Нарративно-дискурсивный подход в стратегии продвижения	Роль нарратива и сторителлинга в рекламе Формирование бренд-дискурса на международных рынках Анализ рекламных текстов и визуальных сообщений	ЛК, СЗ
		2.4	Разработка и продвижение продукта в Digital: дизайн-мышление, CJM, JTBD	Принципы дизайн-мышления в международных проектах Customer Journey Map как инструмент продвижения Подход Jobs To Be Done в разработке ценностного предложения	ЛК, СЗ
		2.5	Мониторинг инфополя, медиааналитика	Инструменты мониторинга медиа и социальных сетей Анализ эффективности рекламных кампаний Репутационный менеджмент в международной среде	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.	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
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.	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Проекционный экран GEHA 244*244 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
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.	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 25 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг-менеджмент. — М.: Питер
2. Карпова, С. В. Международная реклама : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп.

Дополнительная литература:

1. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 486 с. Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/425906> (дата обращения: 04.05.2019).

2. Диденко Н. И. Международный маркетинг. Практика : учебник для бакалавриата и магистратуры / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 406 с. — (Бакалавр и магистр. Модуль). — ISBN 978-5-9916-9796-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/434715>

3. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. Л. Абаев [и др.] ; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 362 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01169-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433073>

4. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Воробьева [и др.] ; под редакцией И. В. Воробьевой, К. .. Пецольтдт, С. Ф. Сутырина. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 398 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02455-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432949>

5. Старостин В.С. Integrated Marketing Communications [Текст/электронный ресурс] = Интегрированные маркетинговые коммуникации: Education and Methodical Complex / В.С. Старостин. - Книга на английском языке; Электронные текстовые данные. - М.: PFUR, 2013. - 131 p. // http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn_FindDoc&id=404409&idb=0

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 «Международные маркетинговые коммуникации».

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

РАЗРАБОТЧИК:

Преподаватель

Должность, БУП

Подпись

Грибанова Алевтина

Викторовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Трубникова Нина

Вадимовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Трубникова Нина

Вадимовна

Фамилия И.О.