

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Английский язык для академических целей

**Авторы:** Заведующий кафедрой иностранных языков, к.филол.н., доцент Пьянова М.В.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, «Реклама и связи с общественностью  
в коммерческой сфере»

**Квалификация (степень) выпускника:**

Бакалавр

**Цель освоения дисциплины:**

Сформировать способность вести деловую переписку на русском и иностранном языках

**План курса:**

**Темы 1-2. The Marketing Mix.**

4 основные и 4 дополнительные P.

Продажа нового продукта.

4 C, 4 A, 4 O.

AIDA.

**Тема 3. SWOT анализ.**

SWOT анализ и маркетинговая стратегия.

**Тема 4. Маркетинговая стратегия и план по маркетингу.**

Маркетинговая стратегия и план по маркетингу: сопоставительный анализ.

Разработка плана по маркетингу – AOSTC, SMART цели.

**Тема 5. Этика маркетинга.**

Социальный маркетинг.

Корпоративная социальная ответственность.

**Тема 6. Рыночная среда.**

Характеристика факторов макро- и микросреды фирмы. STEP анализ.

**Тема 7. Юридические аспекты маркетинга.**

Определение интеллектуальной собственности.

Промышленная собственность и авторское право.

Юридические проблемы.

Закон о защите прав потребителей.

**Темы 8-9. Исследования в маркетинге.**

Типы исследований.

Методология проведения исследований.

**Темы 10-11. Этапы создания нового продукта.**

11 этапов создания нового продукта

Рабочий процесс.

**Тема 12. Мозговой штурм.**

Участники заседания и техники проведения мозгового штурма.

**Тема 13. Типы продуктов и услуг.**

Товарная линия. Тип товара. Товарная категория.

**Тема 14. Сущность концепции жизненного цикла продукта.**

Характеристики этапов жизненного цикла и маркетинговых стратегий для каждого этапа.

The Boston Consulting Group Matrix.

**Тема 15. Сбыт товаров и услуг.**

Продавец. Покупатель – закупщик.

Типы сбыта.

Особенности продажи услуг.

**Темы 16-17. Понятие «бренд», брендинг. Основные функции бренда.**

Платформа бренда. Управление брендом.

Стратегия бренда.

**Тема 18. Ценности бренда.**

Доверие. Практичность. Эмоциональность. Современность.

**Тема 19. Сегментация рынка.**

Сегментация рынка в действии. Параметры для описания сегментов рынка.

**Тема 20. Потребности и поведение покупателя.**

Пирамида нужд Маслоу. Жизненный цикл потребителя. Покупательское поведение.

**Тема 21. Сохранение клиентской базы.**

Программы лояльности покупателя.

**Тема 22. Мотивация и ее роль в маркетинге.**

Выгоды от повышения мотивации сотрудников. Программы поощрения персонала.

**Тема 23. Управление связями с клиентами.**

Индивидуальный маркетинг. Технология CRM. Политика защиты личных данных покупателей.

**Тема 24. Бюджет маркетинга.**

Методы бюджетирования. Возврат с инвестиций – ROI.

**Тема 25. Ценообразование.**

Стратегии ценообразования.

**Тема 26. Логистика и каналы распределения.**

Перевозка грузов. Каналы прямого и не прямого распределения. Посредники.

**Тема 27. Мерчендайзинг.**

Промо-товар. Мерчендайзинг в спорте, музыке и литературе. Перекрестный маркетинг.

**Тема 28. Торговые ярмарки.**

Организация деловых мероприятий.

**Тема 29. Телемаркетинг.**

Входящий и исходящий телемаркетинг. Холодный обзвон и его цели.

**Тема 30. Покупки через Интернет и заказы по каталогам.**

Как сделать покупки через Интернет удобными для покупателя?

**Тема 31. Личные продажи.**

Торговые мощности. Целевой показатель объема продаж или выручки. Порядок личных продаж и маркетинговая поддержка.

**Тема 32. Реклама и продвижение товаров и услуг.**

ATL, BTL, TTL.

Техники рекламирования.

**Тема 33. СМИ и маркетинг.**

Медиа стратегия и медиа планирование. Закупка места и времени в СМИ.

**Тема 34. Телевидение и радио.**

Реклама на радио и ТВ.

Состав целевой аудитории.

**Тема 35. Наружная реклама.**

Форматы и эффективность наружной рекламы.

**Тема 36. Пресса.**

Газеты и журналы как рекламные носители.

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий семинарского типа:

- опрос;
- домашнее задание;
- контрольная работа.

Зачеты и зачет с оценкой проводятся в виде устного опроса и выполнения практического задания.

### **Основная литература:**

1. Барановская Т.А., Ласточкина Т.И., Захарова А.В. Методическое пособие к учебнику «English for business studies» by Ian MacKenzie (3rd ed.) Под ред. Барановской Т.А., Ласточкиной Т.И., Захаровой А.В., Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=65969](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=65969)
2. Барановская Т.А., Захарова А.В., Ласточкина Т.И., Поспелова Т.Б., Суворова Ю.А. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК ДЛЯ ЭКОНОМИСТОВ. Учебник и практикум для академического бакалавриата. Юрайт, 2015. [http://www.biblio-online.ru/thematic/?9&id=urait.content.A4B03AED-170C-4B15-AEA1-27B3A90AB6AF&type=c\\_pub](http://www.biblio-online.ru/thematic/?9&id=urait.content.A4B03AED-170C-4B15-AEA1-27B3A90AB6AF&type=c_pub)
3. Виноградова Н.Н. Английский язык для тех, кто изучает менеджмент. Уровень С1. Часть 1. (Английский язык для изучающих менеджмент. В 2-х частях. Часть 1. ESP In-Depth: English for Management Studies. Part 1: Учебное пособие Уровень С1). МГИМО, 2010. [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=46340](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=46340)