

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Экономический факультет

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Хагуров Т.А.



«29»мая 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.07 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОГРАММ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 38.04.02 Менеджмент
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация Маркетинг
(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая
(академическая /прикладная)

Форма обучения очная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника магистр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2020

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины.

Цель изучения учебной дисциплины «Практикум по организации и планированию BTL мероприятий» заключается в формировании у магистрантов современных компетенций в области управления маркетинговой деятельностью компании и выработке практических навыков для реализации эффективных BTL акций для любых форм бизнеса.

Реализация названной цели предполагает не только освоение теоретических знаний в области разработки BTL мероприятий, но и получение конкретных навыков организации и планирования таковых. Для этого планируются лекции, практические занятия, дискуссии, и проектное задание, заключающегося в разработке собственного BTL мероприятия для конкретного бренда/продукта, самостоятельная творческая работа с последующим обсуждением ее итогов и результатов.

1.2 Задачи дисциплины.

- ознакомление с практическими инструментами реализации BTL акций и современными подходами к организации коммуникативного процесса, включая методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов;
- раскрыть практические методы основы организации маркетинговых коммуникаций для эффективных акций по продвижению товара на рынок;
- дать характеристику основным средствам маркетинговых мероприятий;
- показать особенности маркетинговой деятельности современного рекламного агентства полного цикла, осуществляемые в его внешней и внутренней среде;
- изучить предпосылки особенности раздельного и интегрированного применения средств маркетинговых коммуникаций для решения маркетинговых целей фирмы;
- сформировать профессиональные установки и навыки использования инструментария маркетинговых акций и мероприятий по продвижению товаров на рынок для эффективного воздействия на целевые аудитории.
- ознакомить с методиками представления результатов проведенного мероприятия в виде отчета.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б1.В.08 «Практикум по организации и планированию BTL мероприятий» относится к вариативной части Блока 1 учебного плана.

Дисциплина «Практикум по организации и планированию BTL мероприятий» занимает важное место в профессиональной подготовке магистров, дополняет, конкретизирует и развивает полученную ранее систему управленческих и маркетинговых знаний. Предполагается также, что магистранты обладают базовыми знаниями в области маркетинга и менеджмента.

Курс «Практикум по организации и планированию BTL мероприятий» рассчитан на слушателей, обладающих достаточно широким спектром знаний в области экономики, менеджмента, маркетинга.

Пререквизитами данной дисциплины являются следующие дисциплины: «Теория и методология современного маркетинга», «Интегрированные маркетинговые коммуникации».

Дисциплина «Практикум по организации и планированию BTL мероприятий» изучается параллельно с дисциплинами «Стратегический маркетинг», «Маркетинг изменений».

Названные связи и содержание дисциплины «Практикум по организации и планированию BTL мероприятий» дают магистранту системные представления об изучаемых дисциплинах в соответствии с ФГОС ВО, что обеспечивает высокий уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности магистранта.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций (ПК)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-5	владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	использовать в практической деятельности методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков при организации и планированию ВТЛ мероприятий
2	ПК-7	способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	особенности предоставления результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	составлять научные отчеты, статьи, доклады по результатам проведенного исследования	способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице
(для студентов ОФО).

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		В	—		
Контактная работа, в том числе:	28,2	28,2			
Аудиторные занятия (всего):	28	28			
Занятия лекционного типа	8	8	-	-	-
Лабораторные занятия	-	-	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	20	20	-	-	-
	-	-	-	-	-
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:	43,8	43,8			

Курсовая работа	-	-	-	-	-
Проработка учебного (теоретического) материала	18	18	-	-	-
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	11	11	-	-	-
Реферат	4,8	4,8	-	-	-
Проект	8	8			
Контроль:					
Зачет					
Общая трудоемкость	час.	72	72	-	-
	в том числе контактная работа	28,2	28,2		
	зач. ед	2	2		

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 11 семестре (*очная форма*)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Сущность и классификация BTL мероприятий.	14	2	4		8
2.	Планирование BTL акций и определение их результативности. Этапы проведения BTL мероприятий	14	2	4		8
3.	Процесс маркетинговой акции	14	2	4		8
4.	Барьеры и их преодоление при построении маркетинговой BTL акции	13,8	-	4		9,8
5.	Организация реальной BTL акции	16	2	4		10
	<i>Итого по дисциплине:</i>	71,8	8	20		43,8

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Сущность и классификация BTL мероприятий.	Сущность и понятие маркетинговых акций. Роль и место маркетинговых активностей в системе маркетинг-микс. Цели маркетинговых мероприятий. Виды маркетинговых и BTL мероприятий.	контрольные вопросы
2.	Планирование BTL акций и определение их результативности. Этапы проведения	Средства информации и их эффективность: подготовка пресс-релизов; характеристика печатных средств массовой информации; средства вещания; наружные средства информации, вспомогательные и новые	контрольные вопросы

	ВТL мероприятий	средства информации. Маркетинговые обращения и места контактов с потребителями. Планирование, процесс осуществления и оценка эффективности ВТL мероприятий. Методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков.	
3.	Процесс маркетинговой акции	1. Характеристика и основные особенности маркетинговой акции 2. Участники и основные понятия процесса маркетинговой ВТL 3. Виды коммуникационных систем. 4. Основные и переменные характеристики источников сообщения. 5. Характеристики аудиторий.	контрольные вопросы
4.	Организация реальной ВТL акции	1. Понятие, сущность и цель акции. 2. Роль и место акции в системе маркетинговых коммуникаций. 3. Основные черты успешной промо. 4. Направления промо и участники процесса ее создания. 5. Этапы создания акции 6. Эффективность промо-продвижения.	Проект (П)

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Сущность и классификация ВТL мероприятий.	Разбор сущности и ключевых отличий маркетинговых акций от других коммуникаций. ВТL и событийные мероприятия. Разбор кейсов.	Реферат
2.	Планирование ВТL акций и определение их результативности. Этапы проведения ВТL мероприятий	Построение лестницы мероприятия и мультикоординатной шкалы. Тестирование и диапазон контактов. Исследование следящего характера. Измерение приверженности потребителей. Подготовка пресс релизов мероприятия.	контрольные вопросы (КВ),
3.	Процесс маркетинговой акции	АТL И ВТL инструменты. Их взаимосвязь. Нестандартные инструменты. Запланированные и незапланированные маркетинговые обращения. Средства информации для проведения ВТL: современное состояние и перспективы развития средств массовой информации; характеристика печатных средств массовой информации; средства вещания; наружные средства информации, вспомогательные и новые средства информации.	контрольные вопросы (КВ),
4.	Барьеры и их преодоление при построении маркетинговой ВТL акции	Характеристика и основные барьеры для проведения маркетинговой акции. Выявление ошибок при проведении акции. Виды коммуникационных систем. Основные и переменные характеристики источников сообщения. Характеристики аудиторий и преодоление	Реферат

		пассивности.	
5.	Организация реальной BTL акции	Разработка плана и структуры проведения BTL мероприятия для конкретного бренда/продукта. Представление результатов проведенного исследования в виде отчета.	Проект (П)

2.3.3 Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены учебным планом.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовка к практическим занятиям, подготовка рефератов (презентаций) и индивидуального проекта.	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания по интерактивным формам. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

В процессе изучения дисциплины используются современные формы проведения занятий.

Лекция-диалог. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции. К этому типу примыкает лекция с применением техники обратной связи, а также программированная лекция-консультация;

Проблемная лекция начинается с вопросов, с постановки проблемы, которую в ходе изложения материала необходимо решить. Проблемные вопросы отличаются от не проблемных тем, что скрытая в них проблема требует не однотипного решения, то есть, готовой схемы решения в прошлом опыте нет.

Лекции-диалоги и проблемные лекции позволяют включать интерактивные элементы в процесс преподавания, способствуют приобретению не только знаний по теме лекции, но и навыков исследовательской и аналитической деятельности.

Лекции в форме презентации с использованием мультимедийной аппаратуры обеспечивают более высокий уровень понимания сложных структур, схем взаимосвязей отдельных элементов.

Семинарские занятия предполагают организацию дискуссии по отдельным вопросам, что способствует формированию более глубоких знаний по теме семинарского занятия, а также развитию навыков поиска, анализа необходимой информации, навыков публичной защиты своей позиции.

Интерактивные и информационно-коммуникативные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях, в сочетании с внеаудиторной работой создают дополнительные условия формирования и развития требуемых компетенций обучающихся, поскольку позволяют обеспечить активное взаимодействие всех участников. Эти методы способствуют личностно-ориентированному подходу.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается особый порядок освоения указанной дисциплины. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Вышеозначенные образовательные технологии дают наиболее эффективные результаты освоения дисциплины с позиций актуализации содержания темы занятия, выработки продуктивного мышления, терминологической грамотности и компетентности обучаемого в аспекте социально-направленной позиции будущего специалиста, и мотивации к инициативному и творческому освоению учебного материала. Рекомендации по использованию интерактивных и информационных образовательных технологий были осуществлены согласно методических указаниям к подобного рода работам. Режим доступа: <https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya>.

Индивидуальные консультации обучающихся проводятся еженедельно в форме диалога. Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

Примерные темы для рефератов (ПК-5; ПК-7)

1. Взаимосвязь, отличительные черты и особенности eventмаркетинга и промо мероприятий.
2. Организация BTL мероприятия: формат «Гипермаркет».
3. Организация BTL мероприятия: формат «Cash&Carry».
4. Организация BTL мероприятия: формат «Супермаркет»
5. Организация BTL мероприятия: формат «Магазин у дома»
6. Организация BTL мероприятия: формат «Дискаунтер»
7. BTL стратегия ритейлеров в различных каналах.
8. Секреты успеха BTL акций.
9. BTL мероприятия в некоммерческом секторе.
10. Спонсорство и благотворительность в BTL мероприятиях. Спонсорские пакеты
11. Стандартные и нестандартные инструменты BTL мероприятий.

Примерный перечень контрольных вопросов по отдельным темам дисциплины (ПК-5; ПК-7)

Раздел 1. Сущность и классификация BTL мероприятий.

1. Дайте определение и охарактеризуйте понятие BTL мероприятий
2. Выявите основные классификации BTL мероприятий
3. Отличительные черты BTL и промо мероприятий в комплексе маркетинга.

Раздел 2. Планирование BTL акций и определение их результативности. Этапы проведения

1. Основные этапы проведения BTL мероприятий
2. Подготовка пресс релиза мероприятия
3. Этапы планирования промо акций

Раздел 3. Процесс маркетинговой акции

1. Ключевые компоненты процесса организации BTL мероприятия
2. Понятие ATL И BTL инструменты
3. Виды промо-активности компаний

Раздел 4. Барьеры и их преодоление при построении маркетинговой BTL акции

1. Маркетинговая среда фирмы. Основные факторы микросреды функционирования фирмы.
2. Макросреда фирмы и ее основные составляющие.
3. Понятие «культура» и ее базовые составляющие.
4. Субкультура и условия ее формирования.

План проектного задания (ПК-5; ПК-7)

1. Общая характеристика мероприятия (география, время, место)
2. Цели, задачи проекта и концепция проекта
3. Характеристика целевой аудитории и инсайтов
4. Механика проекта
5. Коммуникационные инструменты (min 7, 3 – нестандарт)
6. Этапы проведения проекта (диаграмма Ганта)

7. PR проекта (макеты пресс релизов; адресаты релизов)
Ресурсы:
 8. Администрирование и административные ресурсы
 9. Техническое обеспечение проекта
 10. Человеческие ресурсы: работа с участниками и гостями (способы и критерии набора/отбора промоутеров; брифы; должностные инструкции и т.д.)
 11. Информационные ресурсы (СМИ)
 12. Финансовые ресурсы (источники финансирования + спонсорские пакеты)
 13. Бюджет проекта
 14. Риски проекта (матрица упреждения и реагирования)
 15. Методы оценки эффективности проекта
- Разработка спонсорских пакетов*
Разработка инструкций для промо персонала

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Контрольные вопросы для зачета по дисциплине «Практикум по организации и планированию BTL мероприятий» (ПК-5; ПК-7)

1. Сущность BTL мероприятий: понятие, цели, задачи.
2. Классификация BTL мероприятий.
3. Место BTL мероприятий в структуре маркетинговых коммуникаций компании.
4. Коммуникационные инструменты BTL мероприятий и их характеристика.
5. Участники и основные понятия процесса маркетинговой BTL акции.
6. Виды коммуникационных систем.
7. Основные и переменные характеристики источников сообщения.
8. Характеристики аудиторий.
9. Маркетинговая среда фирмы. Основные факторы микросреды функционирования фирмы.
10. Макросреда фирмы и ее основные составляющие.
11. Понятие «культура» и ее базовые составляющие.
12. Группы влияния на потребительское поведение.
13. Основные барьеры для проведения BTL акций.
14. Характеристика и последовательность процесса организации маркетинговой BTL акции
15. Этапы и сроки создания и разработки акции.
16. Оценка эффективности BTL акций.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление

информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1. Основная литература:

1. Алексун Е.В. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] : практикум / В. А. Алексунин, Е. В. Дубаневич, Е. Н. Скляр. - М. : Дашков и К°, 2014. - 196 с. - <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=511986>.
2. Кирильчук И. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций / Шпаковский В.О., Чугунова Н.М., Кирильчук И.В., - 3-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 126 с.- Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415129>
3. Пономарева А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты [Электронный ресурс] : учебное пособие / Пономарева А.М. - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2016. - 247 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=543676>

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» «Юрайт» и «Знаниум».

5.2. Дополнительная литература:

1. Лифиц И. Товарный менеджмент [Электронный ресурс] : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. - М. : Юрайт, 2019. - 405 с. - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/7B1946C6-9AFF-465D-8D81-8DCF47DA07EC/tovarnyy-menedzhment>.
2. Сергеев В. С. Маркетинговая деятельность в обеспечении конкурентоспособности предприятия. - М.: Лаборатория книги, 2010. - 162 с. Доступна по ссылке библиотеки КГУ: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87326>
3. Старкова Н. Маркетинговые коммуникации логистического предприятия [Текст] : учебно-методическое пособие / Н. О. Старкова, А. А. Кизим ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. - Краснодар: [Кубанский государственный университет], 2014. - 83 с.

5.3. Периодические издания:

1. Журнал «Медиа Профи». Режим доступа: <http://www.mediaprofil-online.ru/tema.php?page=1>
2. Портал новостей «Lentaru». Режим доступа: <http://www.lenta.ru/>

3. Портал новостей «Ведомости». Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/var/bansrc/2010/bb3468.html>
4. Портал новостей «Коммерсант.ru». Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/>
5. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=57#>
6. Исследовательский холдинг «Ромир». Режим доступа: <http://www.romir.ru/>
7. Исследовательский центр Комкон. Режим доступа: <http://www.comcon-2.ru/>
8. Исследовательская группа TNS. Режим доступа: <http://www.tns-global.ru/rus/index.wbp>
9. Журнал "Маркетинг в России и за рубежом" Режим доступа: www.dis.ru/market/
Бизнес в сетях. Режим доступа: www.marketing.al.ru
10. Энциклопедия маркетинга. Режим доступа: www.marketing.spb.ru

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

Электронный справочник «Информю» для высших учебных заведений (www.informuo.ru);

Университетская библиотека on-line (www.biblioclub.ru);

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» // <http://window.edu.ru/>;

Российское образование. Федеральный образовательный портал. <http://www.edu.ru/>.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Общие рекомендации по осуществлению самостоятельной работы представлены в методических указаниях, которые составлены в соответствии с требованиями Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования по 27 и 38 УГСН. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Предназначены для студентов экономического факультета всех специальностей и направлений подготовки. Режим доступа: <https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya>.

Важным критерием в работе с лекционным материалом является подготовка студентов к сознательному восприятию преподаваемого материала. При подготовке студента к лекции необходимо, во-первых, психологически настроиться на эту работу, осознать необходимость ее систематического выполнения. Во-вторых, необходимо выполнение познавательной-практической деятельности накануне лекции (просматривание записей предыдущей лекции для восстановления в памяти ранее изученного материала; ознакомление с заданиями для самостоятельной работы, включенными в программу, подбор литературы).

Подготовка к лекции мобилизует студента на творческую работу, главными в которой являются умения слушать, воспринимать, записывать. Записывание лекции – творческий процесс. Запись лекции крайне важна. Это позволяет надолго сохранить основные положения лекции; способствует поддержанию внимания; способствует лучшему запоминанию материала.

Для эффективной работы с лекционным материалом необходимо зафиксировать название темы, план лекции и рекомендованную литературу. После этого приступить к записи содержания лекции. В оформлении конспекта лекции важным моментом является необходимость оставлять поля, которые потребуются для последующей работы над лекционным материалом.

При подготовке к занятиям семинарского типа следует использовать всю рекомендованную литературу. Прежде всего, студенты должны уяснить предложенный план занятия, осмыслить вынесенные для обсуждения вопросы, место каждого из вопросов в раскрытии темы семинара. В процессе подготовки к семинару закрепляются и уточняются уже известные и осваиваются новые категории. Сталкиваясь в ходе подготовки с недостаточно понятными моментами темы, студенты находят ответы самостоятельно или фиксируют свои вопросы для постановки и уяснения их на самом семинаре.

На первом этапе подготовки к занятию семинарского типа следует внимательно прочитать конспект лекций, изучить лекционный материал, проблемы и вопросы, освещавшиеся на лекционных занятиях. При этом важно обратить внимание на научные категории, понятия, определения, которые использовал лектор для раскрытия содержания темы. После внимательного изучения конспекта лекций и уяснения смысла и содержания основных понятий и вопросов темы можно обращаться к научно-теоретическому изучению материала по данной теме, проблеме.

Во время занятия семинарского типа преподаватель опрашивает студентов по вопросам, заданным на данное занятие. Вопросы объявляются преподавателем на предыдущем семинарском занятии и, как правило, они коррелируются с вопросами, содержащимися в соответствующей теме учебной программы, но преподаватель вправе задать и некоторые другие вопросы, относящиеся к теме семинара и указать, на что студентам следует обратить особое внимание при подготовке к следующему занятию.

Занятия семинарского типа могут проводиться в форме свободной дискуссии при активном участии всех студентов. В таких случаях у каждого студента имеется возможность проявить свои познания: дополнять выступающих, не соглашаясь с ними, высказывать альтернативные точки зрения и отстаивать их, поправлять выступающих, задавать им вопросы, предлагать для обсуждения новые проблемы, анализировать практику по рассматриваемому вопросу.

Подготовка доклада-презентации базируется на подборе, изучении, обобщении и анализе информации из различных источников с использованием современных технологий. Результатом данного вида работы является публичная презентация с использованием программы Power Point. Подведение итогов проводится в форме дискуссии, позволяющей обучающимся проявить себя.

Семинар как развивающая, активная форма учебного процесса способствует выработке самостоятельного мышления студента, формированию информационной культуры, развитию профессиональных навыков.

Самостоятельная работа проводится с целью закрепления и систематизации теоретических знаний, формирования практических навыков по их применению при решении экономических задач в выбранной предметной области.

Самостоятельная работа включает: изучение основной и дополнительной литературы, проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовку к практическим занятиям, подготовку докладов-презентаций, подготовка к тестированию и решению задач, выполнению расчетно-графического задания, подготовку к текущему контролю.

Для подготовки к лекциям необходимо изучить основную и дополнительную литературу по заявленной теме и обратить внимание на те вопросы, которые предлагаются к рассмотрению в конце каждой темы.

В ходе самоподготовки к семинарским занятиям студент осуществляет сбор и обработку материалов по тематике его исследования, используя при этом открытые источники информации (публикации в научных изданиях, аналитические материалы, ресурсы сети Интернет и т.п.), а также практический опыт и доступные материалы объекта исследования.

Контроль за выполнением самостоятельной работы проводится при изучении каждой темы дисциплины на практических (семинарских) занятиях.

Важнейшим элементом самостоятельной работы является подготовка проектного задания как ключевой формы применяемых интерактивных технологий. Этот вид самостоятельной работы позволяет углубить теоретические знания и существенно расширить практический опыт студента. Проектное задание включает в себя весь комплекс пройденного теоретического материала с прикладным аспектом и практикоориентированным подходом к работе с информацией.

Подготовка доклада-презентации – закрепление теоретических основ и проверка знаний студентов по вопросам основ и практической организации научных исследований, умение подбирать, анализировать и обобщать материалы, раскрывающие связи между теорией и практикой. Подготовка презентации предполагает творческую активность слушателя, умение работать с литературой, владение методами анализа данных и компьютерными технологиями их реализации.

Для успешного освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень необходимого программного обеспечения.

Программные продукты, используемые для проведения занятий:

- MSExcel;
- MSPowerPoint;
- MSAccess.

8.2 Перечень информационных справочных систем:

Обучающимся должен быть обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, профессиональным справочным и поисковым системам:

Электронно-библиотечная система (ЭБС) BOOK.ru,

«Консультант студента" (www.studentlibrary.ru),

Электронная библиотечная система "Университетская библиотека ONLINE",

Электронная библиотечная система "Юрайт",

справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>),

Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>).

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Занятия лекционного типа	Аудитории, укомплектованные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и прикладным программным обеспечением (Microsoft Office). Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, 4033Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л

2.	Занятия семинарского типа	Аудитории А208Н, 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, а также аудитории, укомплектованные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и прикладным программным обеспечением (Microsoft Office). Ауд., 2026Л, 2027Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 5043Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
3.	Лабораторные занятия	Лаборатории, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Рабочие места, подключены к локальной сети факультета, имеют доступ к глобальной сети Интернет. Ауд. 201Н, 202Н, 203Н, А203Н, 205А
4.	Групповые и индивидуальные консультации	Кафедра..... (ауд. 223, 224, 230, 236, 206А, 205Н, 218Н), ауд. А208Н
5.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитории, укомплектованные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и прикладным программным обеспечением (Microsoft Office). Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, А208Н, 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, 2026Л, 2027Л, 4033Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5043Л, 5045Л, 5046Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
6.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета Ауд. 213А, 218А, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
7.	Курсовые работы	Кабинет для выполнения курсовых работ, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета Ауд. 213А, 218А

Рецензия

на рабочую программу учебной дисциплины «Практикум по организации и планированию BTL мероприятий» по направлению 38.04.02 Менеджмент, разработанную на кафедре мировой экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Разработчик: проф., д.э.н., проф. ФГБОУ ВО «КубГУ» Воронина Л.А.

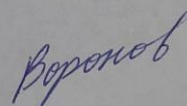
Представленная на рецензию рабочая программа по дисциплине «Практикум по организации и планированию BTL мероприятий», разработанная для направления 38.04.02 Менеджмент, направление «Маркетинг» соответствует декларируемому в ней компетентностному подходу к обучению, а так же требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.

Рабочая программа включает разделы: цели и задачи освоения дисциплины, место дисциплины в структуре образовательной программы, требования к результатам освоения содержания дисциплины, содержание и структура дисциплины, интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях, учебно-методическое обеспечение дисциплины, методические указания и материалы по видам занятий.

Практические задания по данному курсу ориентируют слушателей на самостоятельное проведение промо и event мероприятий разного уровня.

Исходя из выше сказанного, рабочая программа по дисциплине «Практикум по организации и планированию BTL мероприятий» полностью соответствует ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент и может быть использована в учебном процессе ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет».

Д.э.н., профессор кафедры маркетинга
и торгового дела ФГБОУ ВО
«Кубанский государственный университет»



А.А. Воронов

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу учебной дисциплины «Практикум по организации и планированию BTL мероприятий» по направлению 38.04.02 Менеджмент, разработанную на кафедре мировой экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Разработчик: д.э.н., профессор кафедры мировой экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «КубГУ» Воронина Л.А.

Дисциплина «Практикум по организации и планированию BTL мероприятий» изучается студентами шестого курса направления 38.04.02 – Менеджмент (уровень магистратуры) и представляет собой практический курс разработки маркетинговых промо и event проектов. Курс рассчитан на слушателей, обладающих широким спектром прикладных знаний в области маркетинга, маркетинговых коммуникаций и маркетингового планирования.

Основной целью изучения дисциплины является формирование у магистрантов современных компетенций в области управления маркетинговой деятельностью компании и выработке практических навыков для реализации эффективных промо акций для любых форм бизнеса.

Содержание и структура рабочей программы, а также фондов оценочных средств дисциплины полностью соответствуют поставленной цели и сформулированным задачам. Материал подобран методически грамотно и позволяет выстроить целостную систему формирования и ведения BTL мероприятия любой сложности

Структура и содержание рабочей программы отражает современное состояние изучаемой дисциплины и находится в русле современных трендов развития теории и практики маркетинга. Рабочая программа соответствует ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, разработана с учетом принципов компетентного подхода, что обеспечивает высокий уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности магистра менеджмента.

Рецензент:

Генеральный директор ООО «Эир-лаб»



Д.А. Диденко