

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Факультет - экономический

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе,  
качеству образования - первый  
проректор



Г.А. Хагуров

подпись

«25» мая 2022 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Б1.В.17 Практикум по организации BTL и event - мероприятий

*(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 «Управление маркетингом в цифровой экономике»  
*(наименование направленности (профиля) / специализации)*

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

Квалификация магистр

Краснодар 2022

Рабочая программа дисциплины «Практикум по организации BTL и event-мероприятий» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Программу составил(и):

В.О, Покуль, к.э.н., доцент \_\_\_\_\_

Рабочая программа дисциплины «Практикум по организации BTL и event-мероприятий» утверждена на заседании кафедры мировой экономики и менеджмента протокол № 7 «12» мая 2022г.

Заведующий кафедрой мировой экономики и менеджмента  
д.э.н., профессор Шевченко И.В. \_\_\_\_\_

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 10 «12» мая 2022 г.

Председатель УМК факультета  
д.э.н., профессор Дробышевская Л.Н. \_\_\_\_\_

Рецензенты:

Зенченко О.В., генеральный директор ООО "Династия ПР"  
Диденко Д.А, генеральный директор ООО «Эир-лаб»

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

**1.1 Цель освоения дисциплины** заключается в формировании у обучающихся системного представления о BTL -маркетинге и event – мероприятиях как о маркетинге, ориентированном на формировании выгоды для бизнеса корпоративного потребителя, как. маркетинга решений, ориентированного творческие инструменты и методы.

### 1.2 Задачи дисциплины

формирование знаний и основных теоретических положений, концепций, методологических подходов, определяющих структуру и логику BTL маркетинга, как системы, удовлетворяющей текущую и перспективную бизнеса корпоративного потребителя, обеспечивающую коммерческие и вторичные выгоды компании.

научных исследований в BTL -маркетинге; для определения целевой аудитории, построение маркетинговых стратегий

формирование умений использования в исследованиях BTL -маркетинг и организацию взаимодействий между компаниями;

изучение методов сбора, анализа и интерпретации полученной в ходе исследования информации BTL –маркетинга и организации и event – мероприятий;

### 1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Практикум по организации BTL и event - мероприятий» относится к элективной части Блока 2 "Элективные дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет. Предшествующие дисциплины для изучения данной дисциплины: «Бизнес-модели и стратегическое управление», «Информационно-аналитические системы в менеджменте», «Теория и практика межкультурных коммуникаций», «Теория и методология современного маркетинга», «Организация предпринимательской деятельности и бизнес-планирование», «управление персоналом». Знания, полученные в процессе освоения дисциплины, послужат базой для изучения дисциплин «Управление изменениями в VUCA-мире», «Научно-исследовательский семинар», «Научно-исследовательская работа». ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.6

### 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 следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИПК-3.1  Использует формы и методы проведения деловых переговоров в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<b>Знает</b> методы проведения деловых переговоров с использованием инструментов Интернет - маркетинга
	<b>Умеет</b> анализировать получаемую от заказчика исследования информацию и выявлять его ожидания и требования
	<b>Владеет</b> навыками Определения целей продвижения продуктов и услуг в сети интернет с использованием

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	инструментов BTL маркетинга
<p>ИПК-3.2</p> <p>Организует работу команды и обеспечивает разработку командной стратегии для выполнения поставленных задач</p>	<p><b>Знает</b> методы и особенности формирования команды по продвижению продуктов и услуг в цифровой среде с использованием инструментов BTL маркетинга</p> <p><b>Умеет</b> вычислять экономический эффект от реализации командной стратегии при проведении и event – мероприятий</p> <p><b>Владеет</b> навыками оценки эффективности командной стратегии</p>
<p>ИПК-3.3</p> <p>Разрабатывает стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>Знает</b> основные методики контроля результатов стратегии продвижения в Интернет –сети</p> <p><b>Умеет на основе консалтингового проекта</b> взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта</p> <p><b>Владеет</b> способностями для осуществления контроля за реализацией проекта с использованием инструментов BTL маркетинга</p>
<p>ИПК-3.6</p> <p>Демонстрирует способность использовать методы формирования отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>Знает</b> методы и алгоритм формирования отчетности для заказчика по маркетинговым проектам с использованием инструментов BTL маркетинга</p> <p><b>Умеет</b> согласовывать отчеты для заказчика в рамках выполненного проекта с использованием инструментов BTL маркетинга</p> <p><b>Владеет навыками</b> корректировки стратегии продвижения проектов с использованием инструментов BTL маркетинга</p>

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

## 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная		заочная	
		3 семестр (часы)	4 семестр (часы)	3 семестр (часы)	4 семестр (часы)
<b>Контактная работа, в том числе:</b>			<b>32,3</b>		
<b>Аудиторные занятия (всего):</b>			<b>32</b>		
занятия лекционного типа			16		
лабораторные занятия					
практические занятия					
семинарские занятия			16		
<b>Иная контактная работа:</b>			<b>0,3</b>		
КРП					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)			0,3		
<b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>			<b>85</b>		
Курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)					
Расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)					
Реферат/эссе (подготовка)			43		
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям и т.д.)			42		
Подготовка к текущему контролю					
<b>Контроль:</b>			<b>26,7</b>		
Подготовка к экзамену			26,7		
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>час.</b>		<b>144</b>		
	<b>в том числе контактная работа</b>		<b>32,3</b>		
	<b>зач. ед</b>		<b>3</b>		

### 2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Особенности BTL маркетинга	17	4	2		11
2.	Виды BTL коммуникаций	16	4	2		10
3.	Цели и алгоритм проведения BTL и event - мероприятий	16	4	2		10

4.	Креатив и преимущества BTL и event - мероприятий	14	2	2		10
5.	Перспективы развития BTL коммуникаций в России	26	2	4		20
6.	Проект рекламы на основе BTL коммуникаций и event - мероприятий	28		4		24
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	<b>117</b>	<b>16</b>	<b>16</b>		<b>85</b>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	26,7				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	<b>144</b>				

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

## 2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

### 2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
	Особенности BTL маркетинга	Отличие маркетинга BTL маркетинга от ATL Маркетинг TTL.	блиц-опрос
	Виды BTL коммуникаций	Сейлс-маркетинг: стимулирование сбыта в местах продаж (ценовое стимулирование, купоны, розыгрыши призов, подарки за покупку, промо-акции, дегустации и т.п.); стимулирование маркетинговых посредников (трейд-маркетинг); программы лояльности; спонсорство; прямой маркетинг (директ-маркетинг); реклама в точках продаж (POS материалы); событийный маркетинг.	блиц-опрос
	Цели и алгоритм проведения BTL и event - мероприятий	Постановка целей, определение целевого рынка и аудитории	блиц-опрос
	Креатив и преимущества BTL и event - мероприятий	Развитие креативных инструментов в Инете, разработка формата и контента, игры и их роль в маркетинге	
	Перспективы развития BTL коммуникаций в России	Исследование BTL коммуникаций в России и предпосылки для развития	

### 2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий/работ	Форма текущего контроля
1.	Особенности BTL маркетинга	Отличие маркетинга BTL маркетинга от ATL Маркетинг TTL.	Р, Э, РГР эссе
2.	Виды BTL коммуникаций	Сейлс-маркетинг: стимулирование сбыта в местах продаж (ценовое стимулирование,	Р, Э, РГР эссе

		купоны, розыгрыши призов, подарки за покупку, промо-акции, дегустации и т.п.); стимулирование маркетинговых посредников (трейд-маркетинг); программы лояльности; спонсорство; прямой маркетинг (директ-маркетинг); реклама в точках продаж (POS материалы); событийный маркетинг	
3.	Цели и алгоритм проведения BTL и event - мероприятий	. Постановка целей, определение целевого рынка и аудитории	Р, Э, РГР Электронные таблицы и хранилище данных
4.	Креатив и преимущества BTL и event - мероприятий	Развитие креативных инструментов в Инете, разработка формата и контента, игры и их роль в маркетинге.	Р, Э, РГР опрос
5.	Перспективы развития BTL коммуникаций в России	Исследование BTL коммуникаций в России и предпосылки для развития	6. Р, Э, РГР 7. Научная статья
6	Проект рекламы на основе BTL коммуникаций и event - мероприятий	Структура проекта, подготовка, экспертиза и алгоритм запуска. Оценка маркетинговой эффективности	Р, Э, РГР презентация

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

### 2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов) – курсовые не предусмотрены

### 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	Занятия лекционного и семинарского типа	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
2	Подготовка эссе, рефератов, курсовых работ.	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
4	Выполнение расчетно-графических заданий	Методические указания по выполнению расчетно-графических заданий. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
10	Интерактивные методы обучения	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>

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,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

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,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

### **3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)**

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

### **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Практикум по организации BTL и event - мероприятий». Оценочные средства включают контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме доклада-презентации по проблемным вопросам, разноуровневых заданий, ситуационных задач и **промежуточной аттестации** в форме вопросов и заданий зачету.

#### **Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации**

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИПК-3.1 Использует формы и методы проведения деловых переговоров в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<i>Знает</i> методы проведения деловых переговоров с использованием инструментов Интернет - маркетинга	эссе	Вопросы на экзамене 1-5
		<i>Умеет</i> анализировать получаемую от заказчика исследования информацию и выявлять его ожидания	Реферат	Вопросы на экзамене 6-7, тезисы



		и требования		
		<b>Владеет</b> навыками определения целей продвижения продуктов и услуг в сети интернет с использованием инструментов BTL маркетинга	Проектная работа	Вопросы на экзамене 8-9,
2	ИПК-3.2 Организует работу команды и обеспечивает разработку командной стратегии для выполнения поставленных задач	<b>Знает</b> методы и особенности формирования команды по продвижению продуктов и услуг в цифровой среде с использованием инструментов BTL маркетинга	Решение задач	Вопросы на экзамене 10-14,
		<b>Умеет</b> вычислять экономический эффект от реализации командной стратегии при проведении и event – мероприятий	Расчет	Вопросы на экзамене 16-17
		<b>Владеет</b> навыками оценки эффективности командной стратегии	Расчет	Вопросы на экзамене 18-19
3	ИПК-3.3 Разрабатывает стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»  »	<b>Знает</b> основные методики контроля результатов стратегии продвижения в Интернет –сети	кейс	Проектная работа
		<b>Умеет на основе консалтингового проекта</b> взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта	Расчет	Проектная работа

		<i>Владеет</i> способностями для осуществления контроля за реализацией проекта с использованием инструментов BTL маркетинга	опрос	
4	ИПК-3.6 Демонстрирует способность использовать методы формирования отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<i>Знает</i> методы и алгоритм формирования отчетности для заказчика по маркетинговым проектам с использованием инструментов BTL маркетинга	Анализ отчетности	Проектная работа
		<i>Умеет</i> согласовывать отчеты для заказчика в рамках выполненного проекта с использованием инструментов BTL маркетинга	Модель согласования	Проектная работа
		<i>Владеет навыками</i> корректировки стратегии продвижения проектов с использованием инструментов BTL маркетинга	Алгоритм корректировки	Проектная работа

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

***Примерный перечень вопросов и заданий***

***Тематика эссе и рефератов***

1. Особенности BTL маркетинга
2. Инструменты продвижения товаров и услуг для предприятий с использованием инструментов BTL маркетинга
3. Выбор стратегии event – мероприятий в зависимости от жизненного цикла компании
4. Сейлс-маркетинг: стимулирование сбыта в местах продаж (ценовое стимулирование, купоны, розыгрыши призов, подарки за покупку, промо-акции, дегустации и т.п.);
5. Цели интернет -Продвижения с использованием инструментов BTL маркетинга
6. Стимулирование маркетинговых посредников (трейд-маркетинг);
7. Программы лояльности;
8. Спонсорство и прямой маркетинг (директ-маркетинг)
9. Реклама в точках продаж (POS материалы);
10. Событийный маркетинг

11. Планирование маркетинговых программ
12. Развитие креативных инструментов в Инете, разработка формата и контента, игры и их роль в маркетинге.

**Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен)**

1. План-график реализации программы с использованием инструментов BTL маркетинга
2. Формирование стратегии для маркетинга с использованием инструментов BTL
3. Командная работа при организации event – мероприятий
4. Развитие креативных инструментов в Инете, разработка формата и контента, игры и их роль в маркетинге
5. Контекстная реклама и органический поиск.
6. Блоги и социальные сети для маркетинга с использованием инструментов BTL
7. Ошибки маркетинга с использованием инструментов BTL и event – мероприятий
8. Структура и модели разработки event – мероприятий
9. Общие сведения о стимулирование маркетинговых посредников (трейд-маркетинг)
10. Каналы привлечения новых клиентов с использованием инструментов BTL и event – мероприятий.
11. Метрологическое обеспечение экспериментальных исследований. Процесс зрелости клиента
12. Организация рабочего места маркетолога в агентстве BTL
13. Влияние психологических факторов на ход и качество маркетинговых планов и программ
14. Первичные тактики маркетинга BTL для завоевания клиента.
15. Вторичные тактики для продвижения консалтинговых услуг BTL в интернете.
16. Эффективность рекламы с использованием инструментов BTL
17. Реклама в интернете и ее особенности
18. Структура проекта с использованием инструментов BTL, подготовка, экспертиза и алгоритм запуска. Оценка маркетинговой эффективности
19. Презентационные материалы компаний с использованием инструментов BTL
20. Образовательные программы как инструмент маркетинга BTL

**Критерии оценивания результатов обучения**

**Критерии оценивания результатов обучения**

Оценка	Критерии оценивания по экзамену
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.

Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.
-----------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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 учебной литературы, информационных ресурсов и технологий**

### **5.1. Учебная литература**

1. Хараджайа Керпеван Маркетинг 4.0.– М.: Бомбора , - 2021 <https://www.ozon.ru/product/2020-marketing-4-0-razvorot-ot-traditsionnogo-k-tsifrovomu>
2. Минет Маркетинг BTL и промышленный брендинг- М.: Вильямс 2018 - [https://regionbook.ru/marketing-b2b-i-promyshlennyu-branding/?utm\\_medium=cpc&utm\\_source=](https://regionbook.ru/marketing-b2b-i-promyshlennyu-branding/?utm_medium=cpc&utm_source=)
3. BTL маркетинг/учебник для вузов-под ред. Чернышева А.М., Якубовой Т.Н.- М.: Юрайт, серия Высшее образование- 2020 <https://my-shop.ru/shop/product/4106454.html?partner=>
4. Маркетинговые коммуникации: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения- Питер, 2020 - <https://www.piter.com/collection/ekonomika-2/product/marketingovye-kommunikatsii-uchebnik-dlya-vuzov-standart-tretiego-pokoleniya>

### **5.2. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

**Электронно-библиотечные системы (ЭБС):**

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>

2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН»  
[www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» [www.znanium.com](http://www.znanium.com)
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

#### **Профессиональные базы данных:**

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com)
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ)) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods  
<https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ  
<http://uisrussia.msu.ru>

#### **Информационные справочные системы:**

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

#### **Ресурсы свободного доступа:**

1. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
<https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
3. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
4. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
5. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
7. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
8. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
9. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы [http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy i otvety](http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety)

## Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

5. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
6. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
7. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru;>
8. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
9. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

### 6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

- Общие рекомендации по самостоятельной работе обучающихся;
- Методические рекомендации по освоению лекционного материала, подготовке к лекциям;
- Методические рекомендации по написанию и защите курсовой работы;
- Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим/лабораторным) занятиям.

В освоении 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.

### 7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

	техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	
Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus