

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

Т.А. Хагуров



30» мая 2025 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 2025

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 № 8 от «15» апреля 2025 г.

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

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 10 от 20.05.2025.

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

Рецензенты:

Ясько Б.А., доктор психологических наук, профессор кафедры организационной психологии и управления персоналом ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

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 ВТЛ -маркетинге и event – мероприятиях как о маркетинге, ориентированном на формирование 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 ВТЛ маркетинга, как системы, удовлетворяющей текущую и перспективную бизнеса корпоративного потребителя, обеспечивающую коммерческие и вторичные выгоды компании.

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

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

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

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Практикум по организации ВТЛ 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»	Знает методы проведения деловых переговоров с использованием инструментов Интернет - маркетинга
	Умеет анализировать получаемую от заказчика исследования информацию и выявлять его ожидания и требования
	Владеет навыками Определения целей продвижения продуктов и услуг в сети интернет с использованием инструментов ВТЛ маркетинга

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
<p>ИПК-3.2</p> <p>Организует работу команды и обеспечивает разработку командной стратегии для выполнения поставленных задач</p>	<p>Знает методы и особенности формирования команды по продвижению продуктов и услуг в цифровой среде с использованием инструментов BTL маркетинга</p>
	<p>Умеет вычислять экономический эффект от реализации командной стратегии при проведении и event – мероприятий</p>
	<p>Владеет навыками оценки эффективности командной стратегии</p>
<p>ИПК-3.3</p> <p>Разрабатывает стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Знает основные методики контроля результатов стратегии продвижения в Интернет –сети</p>
	<p>Умеет на основе консалтингового проекта взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта</p>
	<p>Владеет 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>Знает методы и алгоритм формирования отчетности для заказчика по маркетинговым проектам с использованием инструментов BTL маркетинга</p>
	<p>Умеет согласовывать отчеты для заказчика в рамках выполненного проекта с использованием инструментов BTL маркетинга</p>
	<p>Владеет навыками 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)
Контактная работа, в том числе:			32,3		
Аудиторные занятия (всего):			32		
занятия лекционного типа			16		
лабораторные занятия					
практические занятия					
семинарские занятия			16		
Иная контактная работа:			0,3		
КРП					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)			0,3		
Самостоятельная работа, в том числе:			85		
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					
Контроль:			26,7		
Подготовка к экзамену			26,7		
Общая трудоемкость	час.		144		
	в том числе контактная работа		32,3		
	зач. ед		3		

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>	117	16	16		85
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	26,7				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

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, купоны, розыгрыши призов, подарки за покупку, промо-акции, дегустации и	Р, Э, РГР эссе

		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: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
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: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
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: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
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: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
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: 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,
- 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 и требования	Реферат	Вопросы на экзамене 6-7, тезисы

		Владеет 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	Знает 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,
		Умеет вычислять экономический эффект от реализации командной стратегии при проведении и event – мероприятий	Расчет	Вопросы на экзамене 16-17
		Владеет навыками оценки эффективности командной стратегии	Расчет	Вопросы на экзамене 18-19
3	ИПК-3.3 Разрабатывает стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» »	Знает основные методики контроля результатов стратегии продвижения в Интернет –сети	кейс	Проектная работа
		Умеет на основе консалтингового проекта взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта	Расчет	Проектная работа
		Владеет способностями для осуществления контроля за	опрос	

		реализацией проекта с использованием инструментов BTL маркетинга		
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 стимулировании 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 ВТЛ и промышленный брендинг- М.: Вильямс 2018 - https://regionbook.ru/marketing-b2b-i-promyshlennyu-breending/?utm_medium=cpc&utm_source=
3. ВТЛ 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
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» 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
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

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 техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

	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