Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 28.10.2026 13:13:06
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449d08bfce392f7224a676a271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебно-методической работе
_____ Крылова Л.В.

25 марта 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.10. РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ BTL-АКЦИЙ

Укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление
Образовательная программа высшего образования- программа магистратуры
Направление подготовки 38.04.01 Экономика
Магистерская программа Маркетинг
Факультет Маркетинга и торгового дела
Форма обучения, курс:
очная форма обучения, 2 курс
заочная форма обучения,1 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц

с ограниченными возможностями

здоровья и инвалидов (*при наличии таких лиц*)

Донецк
2026

Рабочая программа дисциплины «Разработка и реализация BTL-акций» для обучающихся по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, магистерской программе Маркетинг, разработана в соответствии с ОПОП ВО для набора обучающихся 2026 года

Разработчик : Криковцев Александр Алексеевич, к.э.н., доцент,

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и ТД
Протокол от « 17 » февраля 2026 года № 14

Зав. кафедрой

_____ Рвачёва И.М.
(подпись)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торговли

_____ Махноносов Д.В.
(подпись)

Дата 17. 02. 2026

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от 25.03.2026 года № 8

Председатель_____ Крылова Л.В.
(подпись)

© Криковцев А.А., 2026 год
© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2026 год

1.ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование показателя</td><td rowspan="2">Наименование укрупненной группы направлений подготовки/специальностей, направление подготовки/ специальность, профиль/ магистерская программа/специализация, программа высшего образования</td><td colspan="2">Характеристика дисциплины</td></tr>
<tr><td>очная форма обучения</td><td>заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц –
2,5 - очная форма обучения</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление</td><td colspan="2" rowspan="2">Часть, формируемая участниками образовательных отношений</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки

38.04.01 Экономика</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Модулей – 1</td><td rowspan="5">Магистерская программа Маркетинг</td><td colspan="2">Год подготовки:</td></tr>
<tr><td>2-й</td><td>1-й</td></tr>
<tr><td>Смысловых модулей – 3</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Общее количество часов – 108 (очная форма обучения, заочная форма обучения)</td><td>1-й</td><td>1-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td rowspan="8">Количество часов в неделю для очной формы обучения: 6

аудиторных – 2
самостоятельной работы студента – 4</td><td rowspan="8">Программа высшего образования – программа магистратуры</td><td>16 час.</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>14 час.</td><td>8</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторные работы</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>76,95 час.</td><td>90,85</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации:</td></tr>
<tr><td>Зачет</td><td>Зачет</td></tr>
</table>

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:
для очной формы обучения – 30:76,95
для заочной формы обучения –14:90,85

2.ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИПЛИНЫ

Цель дисциплины: формирование компетенций по разработке и реализации маркетинговых решений по BTL-акциям в отношении товаров (услуг,брендов).

Задачи дисциплины:

-разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга в BTL-акциях;
-ознакомление с основами понятиями и инструментами BTL для дальнейшего использования в практической деятельности, а также формирование ключевых компетенций по ведению бизнес-коммуникаций.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

По направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» магистерская программа Маркетинг, дисциплина «Разработка и реализация BTL- акций» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Б.1.В.10. Изучение дисциплины «Разработка и реализация BTL-акций» помогает обучающимся в выполнении следующих задач: формирование у обучающихся понимания содержания BTL- технологий и умений их применять при разработке маркетинговых программ, в т.ч с использованием инструментов цифрового маркетинга; формирование ключевых компетенций при планировании и реализации коммуникативных инструментов. Входные знания, умения и готовность обучающегося базируются на изучении следующих предшествующих дисциплин :
«Политическая экономия», «Философия», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Логистика», «Маркетинговые исследования».

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-4 Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИДК2$_{ПК4}$ Уметь разрабатывать маркетинговые решения в отношении товаров (услуг, брендов)

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:
методику проведения комплексного маркетингового исследования;
- основные понятия, системы и алгоритм планирования и проведения BTL-акций ; -технологию формирования элементов социальной и интегрированной коммуникации в бизнесе;
уметь:
разрабатывать маркетинговые решения в отношении товаров/услуг;
проводить исследования профессиональной деятельности;
-прогнозировать потребности потребителей и оценивать уровень их удовлетворения,
-применять инновационные методы для развития профессиональной деятельности,
владеть:

инструментами проектного управления в выработке эффективной маркетинговой деятельности в отношении товаров (услуг.брендов);
-маркетинговыми инструментами разработки сценариеворганизации и проведения BTL-акций
-методикой эффективной реализации BTL-акций для субъектов бизнеса различных форм

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МОДУЛЬ 1. РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ BTL-АКЦИЙ

Смысловой модуль 1. Теоретические основы BTL-коммуникации.
Тема 1. История возникновения и значения BTL
Тема 2. Структура BTL
Тема 3. Перспективы развития BTL-сервиса
Смысловой модуль 2. Характеристика элементов BTL и их разработка и организация.
Тема 4. Стимулирование и формирование сбыта среди покупателей, посредников
Тема 5. POS- материалы, их формирование и размещение в торговом зале.
Тема 6. Партизанский маркетинг и его использование.
Смысловой модуль 3. Мерчендайзинг и прямой маркетинг в BTL
Тема 7. Понятие и применение мерчендайзинга
Тема 8. Понятие и применение прямого маркетинга. Его имплементация в BTL- сервисе.
Тема 9 Создание креативного фирменного стиля предприятия через BTL-сервис.

6. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	дневная форма						заочная форма					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	СР[4]	Пр[5]		л[1]	п[2]	лаб[3]	СР[4]	Пр[5]
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1Разработка и реализация BTL-акций												
Смысловой модуль 1. Теоретические основы BTL-коммуникации.												
Тема 1. История возникновения и значения BTL.	14	2	2		10		12	1	1		10	
Тема 2. Структура BTL.	9	2	2		5		12	1	1		10	
Тема 3. Перспективы развития BTL-сервиса.	9	2	2		5		11		1		10	
Всего по смысловому модулю 1	32	6	6		20		35	2	3		30	
Смысловой модуль 2. Характеристика элементов BTL , их разработка и организация.												

Тема 4. Стимулирование и формирование сбыта среди покупателей, посредников.	12	1	1		10		11	1			10	
Тема 5. POS - материалы, их формирование и размещение в торговом зале.	14	2	2		10		12	1	1		10	
Тема 6. Партизанский маркетинг и его использование.	12	1	1		10		11		1		10	
Всего по смысловому модулю 2	38	4	4		30		34	2	2		30	
Смысловой модуль 3 Мерчендайзинг и прямой маркетинг в BTL												
Тема 7. Понятие и применение мерчендайзинга.	16	2	2		12		12	1	1		10	
Тема 8. Понятие и применение прямого маркетинга. Его имплементация в BTL сервисе.	11	2	1		8		12	1	1		10	
Тема 9 Создание креативного фирменного стиля предприятия через BTL-сервис.	9,95	2	1		6,95		11,95		1		10,95	
Всего по смысловому модулю 3	36,95	6	4		26,95		35,95	2	3		30,95	
Всего часов	106,95	16	14		76,95		104,95	6	8		90,85	
Катт	-					0,8						0,9
СРэк	-					-						
ИК	-					-						
КЭ	-					-						
Каттэк	-					0,25						0,25
контроль												2

Итого	108	16	14		76,95	1,05	108	6	8		90,85	3,15

Примечания: 1. л – лекции;

2. п – практические (семинарские) занятия;
3. лаб – лабораторные занятия;
4. СР – самостоятельная работа;
5. Пр – прочие виды работы (ИК, Катт, КЭ, Каттэк)
6. ИК – индивидуальные консультации;
7. Катт – контактная работа на аттестацию в период теоретического обучения;
8. СРэк – самостоятельная работа в период экзаменационных сессий;
9. КЭ – консультации перед экзаменом
10. Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий.

7.ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

N п/п	Название темы	Количество часов д\ф	Количество часов з\ф
1	Инструментарий и виды BTL .	2	1
2	Разновидности раздаточного материала для BTL-акций.	2	1
3	Партизанский маркетинг и его применение.	2	1
4	Прямой маркетинг, инструментарий и особенности.	1	1
5	Креатив в BTL-инструментарии.	1	1
6.	Эволюция и становление BTL-инструментария. Особенности в современных условиях	2	1
	Структура BTL-акций в соответствии с характеристиками целевых сегментов.	2	1
7	Векторы дальнейшего развития BTL-инструментов.	2	1
	Всего	14	8

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

N п/п	Название темы	Количество часов
1	не предусмотрено учебным планом	
….		

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

N п/п	Название темы	Количество часов д\ф	Количество часов з\ф
1	Этапы развития BTL в исторической перспективе(на примерах).	12	10

2	Структура BTL.	12	10
3	ФОСТИС в BTL.	14	10
4	Содержание и презентация информации в POS-материалах.	12	10
5	Прямой маркетинг на предприятиях-производителях и предприятиях-продавцах. Схожие и отличные черты.	12	10
6	Нейминг и криэйторство в рамках проведения BTL-акций.	14,95	10
7	Pos-материалы на предприятии	-	10
8	Партизанский маркетинг в BTL	-	10
9	Фирменный стиль	-	10,85
	Всего	76.95	90,85

10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

1) для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

2) для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением

для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для слепых и слабовидящих:

- в форме электронного документа;

2) для глухих и слабослышащих:

- в форме электронного документа.

3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа

11. **СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные средства детализируются по видам работ в оценочных материалах по дисциплине, которые утверждаются на заседании кафедры.

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в очной форме обучения*

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль: - устный опрос (темы 1-9) -реферат, доклад, эссе, творческое задание (темы 1-8) - итоговый тест	 1 1,5 19	 9 12 19
- текущий модульный контроль	20	60
Промежуточная аттестация	*зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по дисциплине

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в заочной форме обучения*

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль: - устный опрос (темы 1-9) -реферат, доклад, эссе, творческое задание (темы 1-8) - итоговый тест	 1 1,5 19	 9 12 19
- текущий модульный контроль	20	60
Промежуточная аттестация	*зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по дисциплине

Перечень вопросов к зачету.

Модуль 1.
1.История возникновения BTL.
2. Инструменты BTL-акций.
3. Методы проведения BTL-акций.
4.Структура BTL.
5. Совместное использование BTL, OTL, ATL
6. СТИС и ФОСТИС
7. POS –материалы
Модуль 2
8.Стратегии использования рекламного сообщения: Лидер.
9. Стратегии использования рекламного сообщения: Следующий за лидером.
10 Стратегии использования рекламного сообщения: Генерик.
11.Стратегии использования рекламного сообщения: Партизан.
Модуль 3
12. Инструменты мерчендайзинга и правило «Золотой полки».
13. Агли и абсурдная шоковость в рекламе.

14. Прямой маркетинг и прямые продажи.
15. Креативный фирменный стиль.

12. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу									**Максимальная сумма баллов**
Смысловой модуль1			*Смысловой модуль2*			*Смысловой модуль3*			
T1	*T2*	*T3*	*T4*	*T5*	*T6*	*T7*	*T8*	*T9*	*100*
12	*12*	*12*	*12*	*12*	*12*	*9*	*10*	*9*	

Примечание. T1, T2, ... T9 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Государственная шкала оценивания академической успеваемости

Зачтено/не зачтено	60-100 –зачтено 0-59- не зачтено

13. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1.Азарян**, Е.М.** Разработка и реализация BTL-акций: уч.пособие / Е.М.Азарян, А.А.Криковцев.- Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2021, 130с
1.Балабанов Г.А. Оптовая торговля, маркетинг, коммерция./ Г.А.Балабанов – М.: Экономика. 2019. 206 с.
2.Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020 — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/87620.html (дата обращения: 10.11.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная:

1.Федько Н.Г. Поведение потребителей: уч. пособ., Серия „Учебники и уч. пособия” / Н.Г Федько.СПб:Питер,2014,211с
2. А. Дж. Джулер, Б. Л. Дрюниани. Креативные стратегии в рекламе. СПб.: Питер, 2002.
3.Слонимская, М.А. Доступный маркетинг: рынок услуг / Слонимская М.А., Яшева Г.А., Вайлунова Ю.Г.. — Минск : Вышэйшая школа, 2021 — 224 с. — ISBN 978-985-06-3314-9.—Текст: электронный //IPRSMART:[сайт].—URL:https://www.iprbookshop.ru/119979.html
4. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов /Л.Н.Федотова. - СПб., 2014,186с

Учебно-методические издания

1 Криковцев А.А. Опорный конспект лекций по дисциплине «организация и проведение BTL-акций / А.А.Криковцев. -Донецк:ДонНУЭТ.-Текст: электронный,2025
2. Материалы для визуального сопровождения он-лайн лекций.- Донецк: ДонНУЭТ,2024

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ .

1. Электронный каталог Научной библиотеки государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского».
2.Электронная базовая система «UNILIBRARY».
3. Электронная базовая система «Znanium.com».
4.Электронная базовая система «КнигаФонд».
5.База данных Polpred.com. по IP-адресам в локальной сети государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» с возможностью доступа с домашних компьютеров.
6.База данных WileyOnlineLibrary (База данных SAGEPremier . сайт библиотеки (http://library.donnuet.dn.ua/)
7.«Энциклопедия маркетинга»- http:// www.marketing.spb.ru/
8. «Новый маркетинг» - http:// www. web-standart

15. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный фонд Университета,необходимый для обеспечения ведения процесса обучения.Стенды, структурно-логические схемы, мультимедийные средства, проектор, материалы видео-лекций

16. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Наименование дисциплины	Фамилия, имя, отчество	Должность *(для совместителей место основной работы, должность)*	Наименование учебного заведения, которое окончил *(год окончания, специальность, квалификация по диплому)*	Ученая степень, шифр и наименование научной специальности, ученое звание, какой кафедрой присвоено, тема диссертации	Повышение квалификации *(наименование организации, вид документа, тема, дата выдачи)*
1	2	3	4	5	6	7
1	Разработка и реализация BTL-акций	Криковцев Александр Алексеевич	Доцент	Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, 2010г., «Маркетинг», профессионал в сфере маркетинга	Кандидат экономических наук, 08.00.04 - экономика и управление предприятиям и (по видам экономической деятельности) , «Стратегия холистического маркетинга предприятия на рынке	Удостоверение о повышении квалификации по программе «Актуальные вопросы преподавания в образовательных учреждениях высшего образования : нормативно-правовое, психолого-педагогическое и методическое сопровождение».16 часов , ФГБОУ высшего образования « Донской

					продуктов питания	государственный технический университет» (Ростов-на-Дону),2022 Справка о прохождении стажировки в ООО «Тишина» с 8.09.по 30.09. 2025,72 часа рег.№ 34ст от 05.09.25