

КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ
2020 / 2021 учебный год

ОЦЕНКИ			Дисциплина «Маркетинговые коммуникации, бренд-менеджмент» 14.03.02 Ядерные физика и технологии 38.03.02 Менеджмент 38.03.01 Экономика 27.03.05 Инноватика 12.03.01 Приборостроение 15.03.01 Машиностроение 21.05.02 Прикладная геология 21.03.01 Нефтегазовое дело 21.03.02 Землеустройство и кадастры 15.03.01 Машиностроение 14.05.02 Атомные станции: проектирование, эксплуатация и инжиниринг 22.03.01 Материаловедение и технологии материалов 09.03.01 Информатика и вычислительная техника 09.03.02 Информационные системы и технологии 15.03.04 Автоматизация технологических процессов и производств 13.03.02 Электроэнергетика и электротехника 13.03.01 Теплоэнергетика и теплотехника 11.03.04 Электроника и нанoeлектроника	Лекции	16	час.
«Отлично»	A	90 - 100 баллов		Практ. занятия	32	час.
				Лаб. занятия		час.
«Хорошо»	B	80 – 89 баллов		Всего ауд. работа	48	час.
	C	70 – 79 баллов		CPC	60	час.
«Удовл.»	D	65 – 69 баллов		ИТОГО	108	час.
	E	55 – 64 баллов			3	зе.
Зачтено	P	55 - 100 баллов				
Неудовлетвори тельно / незачтено	F	0 - 54 баллов				

Результаты обучения по дисциплине:

РД-1	Уметь определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
РД -2	Уметь составлять план действий (мероприятий), необходимых для достижения результата, обеспечить его реализацию
РД -3	Уметь проводить обработку полученных результатов, анализировать полученные данные, объяснять полученный результат

Оценочные мероприятия:

Для дисциплин с формой контроля – зачет
(дифференцированный зачет)

Оценочные мероприятия		Кол-во	Баллы
Текущий контроль:			
П	Решение кейсов	8	24
ТК1	Практическое задание	8	24
ТК2	Презентация	8	24
НК	Итоговая работа	1	26
ИТОГО			100

Дополнительные баллы

Учебная деятельность / оценочные мероприятия		Кол-во	Баллы
ДП1	Участие в конференции	1	18
ИТОГО			18

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	15.02	РД1	Лекция 1. Сущность маркетинговых коммуникаций	2				ОСН1		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента: Задание к лекции 1		4			ОСН1		
2.	15.02	РД1	Практическое занятие 1. Методы выявления потребительских сегментов	2		П	4	ОСН1 ДОП1		
3.	22.02	РД2	Лекция 2. Типы и виды рекламы	2				ОСН1		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента: задание к лекции 2		4			ДОП1		
4.	22.02	РД2	Практическое занятие 2. Разработка рекламного сообщения, УТП	2		П ТК1, ТК2	4	ДОП2		
5.	29.02	РД3	Лекция 3. Суть рекламного сообщения	2				ОСН1 ОСН3		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента		5					
6.	29.02	РД1 РД2	Практическое занятие 3. Анализ рекламного сообщения	2		П	4	ДОП2		
7.	07.03	РД2	Лекция 4. Система стимулирования спроса	2	5			ОСН1 ДОП2		
8.	07.03	РД2 РД3	Практическое занятие 4. Разработка стимулирующих мероприятий (кейс)	2		П	4	ОСН1 ДОП1		
9.	28.03	РД2 РД3	Конференц-неделя1							
			Презентация первой части работы		2	ДП1	8	ДОП3		
			Всего по контрольной точке (аттестации) 1	16	20		24			
10.	4.04	РД2 РД3	Лекция 5. Техника личной продажи	2	2	П		ОСН1 ДОП1		
11.	04.04	РД1 РД3	Практическое занятие 5. Процесс продажи: презентация товара	2		ТК1, ТК2	4	ДОП3		
12.	11.04	РД1	Практическое занятие 6. Процесс переговоров с клиентами	4		П	8	ОСН1 ДОП3		
13.	18.04	РД1 РД2 РД3	Практическое занятие 7. Работа с возражениями							
			Лекция 6. Событийный маркетинг. Маркетинг впечатлений	2	10			ОСН1		
14.	18.04	РД3	Практическое занятие 8. Event-маркетинг: процесс разработки события	2		П	4	ОСН1 ОСН2		
15.	25.04	РД3	Лекция 7. Сущность брендинга и его структура	2	10			ОСН2 ОСН3		
16.	25.04	РД1	Практическое занятие 9. Написание статьи или поста	2		П	4	ОСН2 ДОП1		
17.	02.05	РД1 РД2 РД3	Лекция 8. SMM-продвижение	2	10			ОСН1 ДОП1 ДОП2 ДОП3		
18.	25.04	РД1 РД2 РД3	Практическое занятие 10. Инструменты продвижения события	2		П	4	ОСН1		
19.	02.05	РД1 РД2 РД3	Практическое занятие 11. Разработка бренда	2		ТК1, ТК2	4	ОСН2 ДОП4		
20.	10.05	РД1 РД2 РД3	Практическое занятие 12. Позиционирование бренда	2		ТК1, ТК2	4	ОСН3 ДОП4		
21.	17.05	РД1 РД2 РД3	Практическое занятие 13. Деловая игра: оценка личных брендов	2		ТК1, ТК2	4	ОСН3 ДОП4		
22.	23.05	РД1 РД2 РД3	Практическое занятие 14. Реклама в соц.сетях	2		ТК1, ТК2	4	ОСН2 ДОП2		
23.	30.05	РД1 РД2	Практическое занятие 15. Формирование рекламного сообщения в соц.сети	2		ТК1, ТК2	8	ОСН3 ДОП1		

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
		РДЗ								
24.	05.06	РД1 РД2 РД3	Практическое занятие 16. Таргетированная реклама.	2		ТК1, ТК2	8	ОСН1 ДОП1		
25.	11.06	РДЗ	Конференц-неделя2							
			Защита итоговой работы		8	ТК1	20	ОСН2 ДОП 2 ДОП3		
			Всего по контрольной точке (аттестации) 2	32	40		76			
			Общий объем работы по дисциплине	48	60		100			

Информационное обеспечение:

№ (код)	Основная учебная литература (ОСН)
ОСН 1	Подорожная Л. В. Теория и практика рекламы: учебное пособие / Л. В. Подорожная. — 3-е изд., стер. — Москва: Омега-Л, 2014. — 344 с. — Текст: непосредственный Рожков И.Я. Брендинг: учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва: Юрайт, 2014. — 331 с.- Текст: непосредственный
ОСН 2	Рожков И.Я. Брендинг: учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва: Юрайт, 2014. — 331 с. — Бакалавр. Углубленный курс. — Библиогр.: с. 326-331. — ISBN 978-5-9916-3284-3.
ОСН 3	Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф.И. Шарков. — Москва: Дашков и К, 2016. — 324 с. —Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/93300 (дата обращения: 02.03.2020). — Режим доступа: из корпоративной сети ТПУ
№ (код)	Дополнительная учебная литература (ДОП)
ДОП1	Белоев Е. В. Реклама и дизайн: учебное пособие / Е. В. Белоев, С. В. Романова; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ). — Томск: Изд-во ТПУ, 2015. — URL: http://www.lib.tpu.ru/fulltext2/m/2016/m024.pdf (дата обращения: 02.03.2020). — Режим доступа: из корпоративной сети ТПУ.- Текст: электронный
ДОП2	Годин А.М. Брендинг: учебное пособие / А.М. Годин. — 4-е, изд. — Москва : Дашков и К, 2016. — 184 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/93371 (дата обращения: 02.03.2020). — Режим доступа: из корпоративной сети ТПУ.
ДОП3	Музыкант В. Л. Брендинг. Управление брендом: учебное пособие для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва: РИОР Инфра-М, 2014. — 315 с.: ил. — Текст: непосредственный
ДОП4	Мазилкина, Е. И. Брендинг: учебно-практическое пособие / Е. И. Мазилкина. — Москва: Дашков и К, 2009. — 224 с.- Текст: непосредственный
ДОП5	Ткаченко О. Н. Дизайн и рекламные технологии: учебное пособие / О. Н. Ткаченко; Омский государственный технический университет (ОмГТУ). — Москва: Магистр Инфра-М, 2015. — 176 с.: ил.- Текст: непосредственный
ДОП 6	Смолина В.А. SMM С НУЛЯ. Секреты продвижения в социальных сетях. – М.: Инфра-Инженерия, 2019. – 252 с.
ДОП 7	Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. – М.: Изд-во Манн, Иванов и фербер, 2016. – 458 с.

Составил:

Доцент ОСГН ШБИП

«__» _____ 20__ г.

(Трубченко Т.Г.)

Согласовано:

Руководитель подразделения ОСГН

«__» _____ 20__ г.

(Н.А. Лукьянова)