

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации
РПД_3-38.03.02.02_2018_87973
Актуализировано: 26.03.2021

Рабочая программа дисциплины
Маркетинг

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02 шифр
	Менеджмент МиС наименование
Направленность (профиль)	3-38.03.02.02 шифр
	Управление проектами наименование
Формы обучения	Заочная, Очная наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование

Киров, 2018 г.

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Фокина Ольга Васильевна

ФИО

Соловьёва Анастасия Васильевна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Овладение слушателями теоретико-методологическими основами и практическими навыками в области маркетинговой деятельности организации.
Задачи дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Формирование у студентов представление о теории и практике, ключевых разделах современного маркетинга, инструментах комплекса маркетинга. 2. Сформировать у студентов знания о процессе организации и управления маркетингом на предприятиях. 3. Сформировать практические навыки использования маркетинговых инструментов в управлении предприятием. 4. Сформировать системно-целостное видение социально-экономической сущности механизмов взаимодействия участников рынка и маркетингового воздействия на них.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция ПК-5

способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений		
Знает	Умеет	Владеет
технологии проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа для принятия сбалансированных управленческих решений по основным бизнес-процессам функциональных подразделений компаний; основы анализа коммуникационных процессов между функциональными стратегиями при продвижении промышленных предприятий	применять технологи проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа для принятия сбалансированных управленческих решений по основным бизнес-процессам функциональных подразделений; анализировать коммуникационные процессы между функциональными стратегиями при продвижении промышленных предприятий	технологиями проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа для принятия сбалансированных управленческих решений по основным бизнес-процессам функциональных подразделений компаний; методиками анализа коммуникационных процессов между функциональными стратегиями при продвижении промышленных предприятий

Компетенция ПК-7

владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ

Знает	Умеет	Владеет
<p>этапы реализации бизнес-плана и заключения соглашений, договоров и контрактов, этапы проведения маркетингового исследования при управлении бизнес-процессами маркетинговой деятельности; инструменты реализации управленческих решений в области предпринимательской деятельности при реализации ценовой и сбытовой политики организации</p>	<p>координировать реализацию бизнес-плана и заключения соглашений, договоров и контрактов, этапы проведения маркетингового исследования при управлении бизнес-процессами маркетинговой деятельности; использовать инструменты реализации управленческих решений в области предпринимательской деятельности при реализации ценовой и сбытовой политики организации</p>	<p>навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов; навыками поэтапного контроля проведения маркетингового исследования при управлении бизнес-процессами маркетинговой деятельности; инструментами реализации управленческих решений в области предпринимательской деятельности при реализации ценовой и сбытовой политики организации</p>

Компетенция ОПК-2

способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений

Знает	Умеет	Владеет
<p>теоретические аспекты и методы постановки целей, методы принятия и особенности формулирования маркетинговых организационно-управленческих решений; основные понятия и современные принципы работы с деловой и маркетинговой информацией для принятия сбалансированных управленческих решений</p>	<p>находить маркетинговые организационно-управленческие решения и нести за них ответственность; применять технологии маркетингового анализа для принятия маркетинговых организационно-управленческих решений; разрабатывать на основе маркетинговой информации мероприятия, направленные на развитие организации и оценивать их эффективность</p>	<p>навыками принятия управленческих решений; способами поддержания эффективной коммуникации в профессиональной сфере деятельности; специальной экономической терминологией и лексикой в сфере управления маркетингом; навыками разработки и внедрения мероприятий, направленных на развитие организации и оценки их эффективности; навыками анализа внутренней и внешней среды организации</p>

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Основные понятия и категории маркетинга	ОПК-2
2	Методы маркетинга	ОПК-2
3	Товарная политика в комплексе маркетинга	ОПК-2, ПК-5
4	Ценовая политика предприятия	ПК-7
5	Сбытовая политика предприятия	ПК-7
6	Коммуникационная политика предприятия	ОПК-2, ПК-5, ПК-7
7	Поведение потребителей в маркетинге	ПК-5, ПК-7
8	Маркетинговые исследования и автоматизация маркетинговой деятельности	ПК-5
9	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ОПК-2, ПК-5, ПК-7

Формы промежуточной аттестации

Зачет	Не предусмотрен (Очная форма обучения) Не предусмотрен (Заочная форма обучения)
Экзамен	2 семестр (Очная форма обучения) 3 семестр (Заочная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)

Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	1	2	216	6	103	36	18	18	0	113			2
Заочная форма обучения	1, 2	2, 3	216	6	20.5	18	10	8	0	195.5			3

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Основные понятия и категории маркетинга»		20.00
Лекции		
Л1.1	Введение в маркетинг. Современные концепции маркетинга.	1.00
Л1.2	Средства и функции маркетинга	1.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Производственная функция маркетинга	0.50
П1.2	Сбытовая функция. Функция управления и контроля	0.50
П1.3	Диагностика конкурентной среды рынка	1.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Эволюция комплекса маркетинга	2.00
С1.2	Современные тенденции маркетинга. Типичные ошибки в маркетинге	6.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
Раздел 2 «Методы маркетинга»		20.00
Лекции		
Л2.1	Сегментирование рынка	1.00
Л2.2	Стратегическое планирование в маркетинге	0.50
Л2.3	Метод матриц	0.50
Семинары, практические занятия		
П2.1	Матрицы БКГ. Стратегии роста фирмы.	1.00
П2.2	Расчет ёмкости рынка	1.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Методы маркетинга	8.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
Раздел 3 «Товарная политика в комплексе маркетинга »		16.00
Лекции		
Л3.1	Основные положения товарной политики предприятия	0.50
Л3.2	Основные виды классификации товаров. Ассортиментная политика	0.50
Л3.3	Жизненный цикл товаров. Разработка нового продукта	1.00
Л3.4	Бренд, торговая марка, основы брендинга	1.00
Семинары, практические занятия		
П3.1	Оценка конкурентоспособности товара	1.00
П3.2	Анализ потребления и известности торговой марки, оценка узнаваемости	1.00
П3.3	Характеристики ассортимента, ABC и XYZ анализ	1.00
Самостоятельная работа		
С3.1	Жизненный цикл товара	2.00

С3.2	Ассортиментная политика фирмы	4.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	4.00
Раздел 4 «Ценовая политика предприятия»		18.00
Лекции		
Л4.1	Введение в ценовую политику предприятия	1.00
Л4.2	Стратегии цен. Правила и методы ценообразования	1.00
Семинары, практические занятия		
П4.1	Понятие и виды скидок, ценовая дискриминация	1.00
П4.2	Методы ценообразования	1.00
Самостоятельная работа		
С4.1	Ценовые стратегии предприятия	4.00
С4.2	Виды скидок	4.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР4.1	Контактная внеаудиторная работа	6.00
Раздел 5 «Сбытовая политика предприятия»		16.00
Лекции		
Л5.1	Сбытовая политика предприятия	1.00
Л5.2	Виды каналов сбыта продукта	0.50
Л5.3	Реализация в торговых сетях, требования торговых сетей к поставщикам и продуктам	0.50
Семинары, практические занятия		
П5.1	Анализ сбытовой политики фирмы	1.00
П5.2	Обоснование выбора канала сбыта	1.00
Самостоятельная работа		
С5.1	Виды посредников	6.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР5.1	Контактная внеаудиторная работа	6.00
Раздел 6 «Коммуникационная политика предприятия »		29.00
Лекции		
Л6.1	Продвижение в комплексе маркетинга	0.50
Л6.2	Технология позиционирования на рынке	0.50
Л6.3	Реклама, стимулирование сбыта	1.00
Л6.4	Стимулирование сбыта в коммуникационной политике предприятия	1.00
Л6.5	Связи с общественностью в маркетинге. Прямой (директ) маркетинг	1.00
Семинары, практические занятия		
П6.1	Формирование маркетингового бюджета.	2.00
П6.2	Особенности разработки коммуникационного обращения	1.00
Самостоятельная работа		
С6.1	Выбор методов обращения	8.00
С6.2	Мотивы рекламных обращений	6.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР6.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
Раздел 7 «Поведение потребителей в маркетинге »		25.00
Лекции		

Л7.1	Покупательское поведение потребителей	0.50
Л7.2	Лояльность покупателей	0.50
Семинары, практические занятия		
П7.1	Анализ удовлетворенности покупателей	2.00
Самостоятельная работа		
С7.1	Теория поколений потребителей	14.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР7.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
Раздел 8 «Маркетинговые исследования и автоматизация маркетинговой деятельности»		45.00
Лекции		
Л8.1	Маркетинговые исследования, методы сбора информации	1.00
Л8.2	Исследование потребителей в маркетинге	1.00
Семинары, практические занятия		
П8.1	Маркетинговые исследования, методы сбора информации	2.00
Самостоятельная работа		
С8.1	Инструменты автоматизации маркетинговой деятельности	24.50
Контактная внеаудиторная работа		
КВР8.1	Контактная внеаудиторная работа	16.50
Раздел 9 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		27.00
Э9.1	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
КВР9.2	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР9.1	Сдача экзамена	0.50
ИТОГО		216.00

Заочная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Основные понятия и категории маркетинга»		18.90
Лекции		
Л1.1	Введение в маркетинг. Современные концепции маркетинга.	0.20
Л1.2	Средства и функции маркетинга	0.20
Семинары, практические занятия		
П1.1	Производственная функция маркетинга	0.20
П1.2	Сбытовая функция. Функция управления и контроля	
П1.3	Диагностика конкурентной среды рынка	0.30
Самостоятельная работа		
С1.1	Эволюция комплекса маркетинга	8.00
С1.2	Современные тенденции маркетинга. Типичные ошибки в маркетинге	10.00
Контактная внеаудиторная работа		

КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 2 «Методы маркетинга»		16.60
Лекции		
Л2.1	Сегментирование рынка	0.50
Л2.2	Стратегическое планирование в маркетинге	0.30
Л2.3	Метод матриц	0.30
Семинары, практические занятия		
П2.1	Матрицы БКГ. Стратегии роста фирмы.	0.50
П2.2	Расчет ёмкости рынка	1.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Методы маркетинга	14.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 3 «Товарная политика в комплексе маркетинга »		23.00
Лекции		
Л3.1	Основные положения товарной политики предприятия	0.50
Л3.2	Основные виды классификации товаров. Ассортиментная политика	0.50
Л3.3	Жизненный цикл товаров. Разработка нового продукта	0.20
Л3.4	Бренд, торговая марка, основы брендинга	0.30
Семинары, практические занятия		
П3.1	Оценка конкурентоспособности товара	0.50
П3.2	Анализ потребления и известности торговой марки, оценка узнаваемости	0.50
П3.3	Характеристики ассортимента, ABC и XYZ анализ	0.50
Самостоятельная работа		
С3.1	Жизненный цикл товара	8.00
С3.2	Ассортиментная политика фирмы	12.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 4 «Ценовая политика предприятия»		18.10
Лекции		
Л4.1	Введение в ценовую политику предприятия	0.30
Л4.2	Стратегии цен. Правила и методы ценообразования	1.00
Семинары, практические занятия		
П4.1	Понятие и виды скидок, ценовая дискриминация	0.50
П4.2	Методы ценообразования	0.30
Самостоятельная работа		
С4.1	Ценовые стратегии предприятия	10.00
С4.2	Виды скидок	6.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР4.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 5 «Сбытовая политика предприятия»		12.50
Лекции		
Л5.1	Сбытовая политика предприятия	0.50
Л5.2	Виды каналов сбыта продукта	0.50
Л5.3	Реализация в торговых сетях, требования торговых сетей к поставщикам и продуктам	0.50

Семинары, практические занятия		
П5.1	Анализ сбытовой политики фирмы	0.50
П5.2	Обоснование выбора канала сбыта	0.50
Самостоятельная работа		
С5.1	Виды посредников	10.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР5.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 6 «Коммуникационная политика предприятия »		31.90
Лекции		
Л6.1	Продвижение в комплексе маркетинга	1.00
Л6.2	Технология позиционирования на рынке	0.50
Л6.3	Реклама, стимулирование сбыта	1.00
Л6.4	Стимулирование сбыта в коммуникационной политике предприятия	0.50
Л6.5	Связи с общественностью в маркетинге. Прямой (директ) маркетинг	0.20
Семинары, практические занятия		
П6.1	Формирование маркетингового бюджета.	0.50
П6.2	Особенности разработки коммуникационного обращения	0.20
Самостоятельная работа		
С6.1	Выбор методов обращения	12.00
С6.2	Мотивы рекламных обращений	16.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР6.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 7 «Поведение потребителей в маркетинге »		13.50
Лекции		
Л7.1	Покупательское поведение потребителей	0.30
Л7.2	Лояльность покупателей	0.20
Семинары, практические занятия		
П7.1	Анализ удовлетворенности покупателей	1.00
Самостоятельная работа		
С7.1	Теория поколений потребителей	12.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР7.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 8 «Маркетинговые исследования и автоматизация маркетинговой деятельности »		72.50
Лекции		
Л8.1	Маркетинговые исследования, методы сбора информации	0.30
Л8.2	Исследование потребителей в маркетинге	0.20
Семинары, практические занятия		
П8.1	Маркетинговые исследования, методы сбора информации	1.00
Самостоятельная работа		
С8.1	Инструменты автоматизации маркетинговой деятельности	71.00
Контактная внеаудиторная работа		

КВР8.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 9 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		9.00
Э9.1	Подготовка к сдаче экзамена	6.50
КВР9.2	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР9.1	Сдача экзамена	0.50
ИТОГО		216.00

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся ознакамливаются на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

1) Калужский, М. Л. Практический маркетинг : учебник / М.Л. Калужский. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2021. - 186 с. : ил. - ISBN 978-5-4499-1656-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598989/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Калужский, М. Л. Маркетинг : учебник для вузов / М.Л. Калужский. - М.|Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 217 с. - ISBN 978-5-4475-9443-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473029/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 440 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01311-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496077/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Липсиц, Игорь Владимирович. Маркетинг-менеджмент : Учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц, С. П. Казаков, Н. Р. Коро, Л. С. Латышова [и др.]. - Москва : Юрайт, 2020. - 379 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-01165-4 : 889.00 р. - URL: <https://urait.ru/bcode/450381> (дата обращения: 08.05.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный.

5) Ким, С. А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2019. - 258 с. : ил. - Библиогр.: с. 254 - 255. - ISBN 978-5-394-03200-4 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573437/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

6) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / А.Л. Абаев, В.А. Алексунин, М.Т. Гуриева, Л.А. Корчагова, А.В. Малыгин. - 3-е изд., перераб. - Москва : Дашков и К°, 2021. - 433 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-04185-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

7) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова, Н.П. Козлова, О.З. Матвеева. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 446 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786/> (дата обращения: 24.03.2020).

24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

8) Павлова, Нина Николаевна. Маркетинг в практике современной фирмы : учебник для слушателей бизнес-школ и системы повышения квалификации по специальности "Маркетинг" / Н. Н. Павлова. - Москва : Норма, 2012. - 369 с. : ил. - Библиогр.: с. 359-362. - ISBN 978-5-89123-934-0 (В пер.) : 284.91 р. - Текст : непосредственный.

9) Маркетинг: теория и практика : учеб. пособие для бакалавров : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по эконом. направлениям и специальностям / под общ. ред. С. В. Карповой ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ, Рос. ассоциация маркетинга. - М. : Юрайт, 2015. - 408 с. - (Библиотека Российской ассоциации маркетинга) (Бакалавр) (Базовый курс). - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-5-9916-2661-3 : 411.73 р. - Текст : непосредственный.

Учебная литература (дополнительная)

1) Лунева, Е. А. Современные маркетинговые технологии : учебное пособие / Е.А. Лунева. - Омск : Издательство ОмГТУ, 2017. - 112 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8149-2418-6 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493360/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Мансуров, Р. Е. Технологии маркетинга : практикум / Р.Е. Мансуров. - Москва|Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. - 183 с. - ISBN 978-5-9729-0178-4 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464468/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Фокина, Ольга Васильевна. Развитие концепции маркетинга покупательского опыта в условиях цифровой экономики : монография / О. В. Фокина ; ВятГУ. - Киров : Научное изд-во ВятГУ, 2018. - 135, [1] с. - 500 экз. - ISBN 978-5-98228-168-5 : Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 08.05.2018). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4) Джикович, Ю. В. Практический маркетинг : учебное пособие / Ю. В. Джикович, А. А. Арёфьева, Е. Е. Вольнов. - Санкт-Петербург : Лань, 2019. - 140 с. - ISBN 978-5-8114-3637-8 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/116375> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

5) Пашкус, Наталья Анатольевна. Стратегический маркетинг : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Пашкус, В. Ю. Пашкус. - Москва : Юрайт, 2016. - 225 с. : рис., табл. - (Бакалавр. Магистр). - Библиогр.: с. 222-223 (23 назв.). - ISBN 978-5-9916-7866-7 : 603.14 р. - Текст : непосредственный.

Учебно-методические издания

1) Катаева, Наталья Николаевна. Маркетинг. Краткий курс лекций : учеб.-метод. пособие для студентов направлений подготовки 38.03.01 "Экономика", 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.06 "Торговое дело", 38.03.07 "Товароведение", 43.03.01 "Сервис" / Н. Н. Катаева, А. В. Сысолятин, Е. С. Тюфякова ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2018. - 28 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 25.10.2017). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

2) Бурцева, Татьяна Алексеевна. Маркетинг : учебно-метод. пособие для студентов экономич. спец. всех профилей подготовки, всех форм обучения / Т. А. Бурцева, О. В. Фокина ; ВятГУ, ФЭМ, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2015. - 116 с. - Библиогр.: с. 111. - Б. ц. - Текст : непосредственный.

3) Тюфякова, Екатерина Сергеевна. Маркетинг : учеб.-метод. пособие по выполнению практических заданий по дисциплине "Маркетинг" для бакалавров и специалистов направлений подготовки 38.03.01 "Экономика", 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.05 "Бизнес-информатика", 38.05.01 "Экономическая безопасность" всех форм обучения / Е. С. Тюфякова, О. В. Фокина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2019. - 104 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 18.01.2019). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4) Фокина, Ольга Васильевна. Основы маркетинга в цифровой экономике : учебно-методическое пособие по выполнению практических заданий для направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", профиль "Управление проектами" всех форм обучения / О. В. Фокина, В. В. Кислицына ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2020. - 28 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 10.01.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

Периодические издания

1) Маркетинг в России и за рубежом : журн.. - М. : Изд-во Финпресс. - Выходит раз в два месяца. - ISSN 1028-5849. - Текст : непосредственный.

2) Маркетинг и маркетинговые исследования. - М. : ЗАО "Издательский дом Гребенникова". - Выходит ежеквартально. - ISSN 2074-5095. - Текст : непосредственный.

Учебно-наглядное пособие

1) Маркетинг : учебное наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", всех форм и профилей обучения / ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ ; сост. О. В. Фокина. - Киров : ВятГУ, 2021. - 50 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

2) Основы маркетинга в цифровой экономике : учебное наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", всех форм и

профилей обучения / ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ ; сост. О. В. Фокина. - Киров : ВятГУ, 2021. - 56 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

Электронные образовательные ресурсы

- 1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>
- 2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.02.02
- 3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>
- 4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
МУЛЬТИМЕДИА ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN
НОУТБУК Acer Aspire 5920G

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:
https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=87973