

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\_2019\_105149  
Актуализировано: 28.03.2021

**Рабочая программа дисциплины**  
**Основы маркетинга в цифровой экономике**

	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

## 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 в цифровой экономике.
Задачи дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формирование у студентов представление о теории и практике, ключевых разделах современного маркетинга, инструментах комплекса маркетинга, в том числе в управлении проектами.</li> <li>2. Сформировать у студентов знания о процессе организации и управления маркетингом в цифровой экономике.</li> <li>3. Сформировать практические навыки использования маркетинговых инструментов в управлении проектами на предприятии.</li> <li>4. Сформировать системно-целостное видение социально-экономической сущности механизмов взаимодействия участников рынка и маркетингового воздействия на них.</li> </ol>

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

#### Компетенция ОК-3

способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности		
Знает	Умеет	Владеет
теоретические аспекты экономики, базовых экономических понятий, основы функционирования цифровой экономики; основные понятия маркетинга в цифровой экономике, составляющие понятия комплекса маркетинга, теоретические аспекты маркетинговых исследований в цифровой среде	использовать теоретические знания на практике, анализировать во взаимосвязи экономические процессы и явления, рассчитывать основные экономические показатели деятельности предприятия; разрабатывать и проводить маркетинговые исследования в цифровой среде	методами и приемами анализа экономических явлений и процессов предприятия с помощью стандартных экономических расчетов; навыком проведения маркетинговых исследований в цифровой среде

#### Компетенция ОК-2

способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений		
Знает	Умеет	Владеет
теоретические аспекты и методы постановки целей, методы принятия и особенности формулирования маркетинговых организационно-	находить маркетинговые организационно-управленческие решения и нести за них ответственность; применять технологии маркетингового анализа для принятия	навыками принятия управленческих решений; способами поддержания эффективной коммуникации в профессиональной сфере деятельности; специальной экономической

<p>управленческих решений; основные понятия и современные принципы работы с деловой и маркетинговой информацией для принятия сбалансированных управленческих решений</p>	<p>маркетинговых организационно- управленческих решений; разрабатывать на основе маркетинговой информации мероприятия, направленные на развитие организации и оценивать их эффективность</p>	<p>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>
--	--	--

### **Компетенция ОПК-6**

<p>владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций</p>		
Знает	Умеет	Владеет
<p>методы принятия управленческих решений в цифровой экономике</p>	<p>применять методы принятия управленческих решений в цифровой экономике</p>	<p>навыками принятия управленческих решений в цифровой экономике</p>

**Структура дисциплины**  
**Тематический план**

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

**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	252	7	118	36	18	18	0	134			2
Заочная форма обучения	1, 2	2, 3	252	7	14.5	12	6	6	0	237.5			3

## Содержание дисциплины

### Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
<b>Раздел 1 «Основные положения маркетинга в цифровой экономике»</b>		<b>20.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Особенности маркетинга в цифровой экономике. Взаимосвязь классического и цифрового маркетинга	1.00
Л1.2	Введение в маркетинг. Современные концепции маркетинга. Особенности маркетинга в цифровой экономике.	1.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П1.1	Средства и функции маркетинга. Производственная функция. Сбытовая функция. Аналитическая функция. Функция управления и контроля	1.00
П1.2	Инструменты маркетинга в цифровой экономике	1.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С1.1	Эволюция комплекса маркетинга	4.00
С1.2	Современные тенденции маркетинга. Типичные ошибки в маркетинге	4.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
<b>Раздел 2 «Методы маркетинга в цифровой экономике»</b>		<b>34.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л2.1	Сегментирование рынка, объем и структура спроса в цифровой среде	1.00
Л2.2	Стратегия цифрового маркетинга. Место цифрового маркетинга в стратегии предприятия	1.00
Л2.3	Особенности применения методов традиционного маркетинга в цифровой среде	1.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П2.1	Сегментирование рынка в цифровой среде	1.00
П2.2	Метод матриц. Методы расчета объема и структуры спроса в цифровой среде	1.00
П2.3	Стратегическое планирование. Разработка стратегии цифрового маркетинга	1.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С2.1	Сегментирование рынка в цифровой среде	6.00
С2.2	Объем и структура спроса в цифровой среде	4.00
С2.3	Виды маркетинговых стратегий в цифровой среде	6.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	12.00
<b>Раздел 3 «Поведение потребителей в маркетингово-проектной деятельности организации »</b>		<b>35.00</b>

<b>Лекции</b>		
Л3.1	Покупательское поведение потребителей. Лояльность потребителей	1.00
Л3.2	Особенности покупательского поведения в цифровой среде	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П3.1	Карта путешествия клиента в цифровой среде	1.00
П3.2	Анализ удовлетворенности покупателей маркетинговыми проектами организации	1.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С3.1	Теория поколений потребителей	6.00
С3.2	Инструменты изучения покупательского поведения в цифровой среде	12.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	12.00
<b>Раздел 4 «Маркетинговые исследования в проектной деятельности организации и автоматизация маркетинговой деятельности »</b>		<b>31.50</b>
<b>Лекции</b>		
Л4.1	Маркетинговые исследования при реализации проектов организации, методы сбора информации при проектной деятельности	1.00
Л4.2	Этапы и методы анализа данных маркетинговых исследований при проектной деятельности	1.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П4.1	Исследование потребителей в цифровой среде	1.00
П4.2	Исследование конкурентов в цифровой среде	1.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С4.1	Инструменты автоматизации маркетинговой деятельности	13.50
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР4.1	Контактная внеаудиторная работа	14.00
<b>Раздел 5 «Товарная политика в комплексе маркетинга »</b>		<b>26.50</b>
<b>Лекции</b>		
Л5.1	Основные положения товарной политики предприятия. Основные виды классификации товаров. Ассортиментная политика	1.00
Л5.2	Бренд и брендинг	0.50
Л5.3	Жизненный цикл товаров. Разработка нового продукта	1.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П5.1	Оценка конкурентоспособности товара. Ассортиментная политика	1.00
П5.2	Этапы разработки нового товара	1.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С5.1	Жизненный цикл товара. Особенности жизненного цикла товара в цифровой экономике	8.00
С5.2	Особенности брендинга в цифровой среде	6.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР5.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00



<b>Раздел 6 «Ценовая политика предприятия»</b>		<b>25.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л6.1	Основные положения ценовой политики предприятия. Ценовые стратегии предприятия	1.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П6.1	Понятие и виды скидок, ценовая дискриминация	1.00
П6.2	Методы ценообразования	1.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С6.1	Виды скидок	6.00
С6.2	Ценовые стратегии предприятия	8.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР6.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
<b>Раздел 7 «Сбытовая политика предприятия»</b>		<b>19.50</b>
<b>Лекции</b>		
Л7.1	Основные положения сбытовой политики предприятия. Виды каналов сбыта. Виды посредников	1.00
Л7.2	Особенности сбытовой политики в цифровой экономике	0.50
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П7.1	Анализ сбытовой политики фирмы	1.00
П7.2	Обоснование выбора канала сбыта	1.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С7.1	Виды стратегий сбыта в цифровой экономике	8.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР7.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
<b>Раздел 8 «Коммуникационная политика предприятия »</b>		<b>33.50</b>
<b>Лекции</b>		
Л8.1	Основные положения политики продвижения в комплексе маркетинга	1.00
Л8.2	Технология позиционирования на рынке	1.00
Л8.3	Реклама. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Прямой (директ) маркетинг	1.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П8.1	Особенности разработки коммуникационного обращения	1.00
П8.2	Формирование маркетингового бюджета	1.00
П8.3	Инструменты автоматизации продвижения в цифровой среде	1.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С8.1	Мотивы рекламных обращений. Выбор методов обращения	6.00
С8.2	Инструменты автоматизации продвижения в цифровой среде	12.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР8.1	Контактная внеаудиторная работа	9.50
<b>Раздел 9 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		<b>27.00</b>
Э9.1	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
КВР9.1	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР9.2	Сдача экзамена	0.50

<b>ИТОГО</b>	<b>252.00</b>
--------------	---------------

### Заочная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
<b>Раздел 1 «Основные положения маркетинга в цифровой экономике»</b>		<b>26.20</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Особенности маркетинга в цифровой экономике. Взаимосвязь классического и цифрового маркетинга	0.50
Л1.2	Введение в маркетинг. Современные концепции маркетинга. Особенности маркетинга в цифровой экономике.	0.20
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П1.1	Средства и функции маркетинга. Производственная функция. Сбытовая функция. Аналитическая функция. Функция управления и контроля	0.50
П1.2	Инструменты маркетинга в цифровой экономике	1.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С1.1	Эволюция комплекса маркетинга	10.00
С1.2	Современные тенденции маркетинга. Типичные ошибки в маркетинге	14.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 2 «Методы маркетинга в цифровой экономике»</b>		<b>45.80</b>
<b>Лекции</b>		
Л2.1	Сегментирование рынка, объем и структура спроса в цифровой среде	0.50
Л2.2	Стратегия цифрового маркетинга. Место цифрового маркетинга в стратегии предприятия	0.50
Л2.3	Особенности применения методов традиционного маркетинга в цифровой среде	0.30
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П2.1	Сегментирование рынка в цифровой среде	1.00
П2.2	Метод матриц. Методы расчета объема и структуры спроса в цифровой среде	0.50
П2.3	Стратегическое планирование. Разработка стратегии цифрового маркетинга	1.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С2.1	Сегментирование рынка в цифровой среде	16.00
С2.2	Объем и структура спроса в цифровой среде	14.00
С2.3	Виды маркетинговых стратегий в цифровой среде	12.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 3 «Поведение потребителей в маркетингово-проектной</b>		<b>51.80</b>

<b>деятельности организации »</b>		
<b>Лекции</b>		
ЛЗ.1	Покупательское поведение потребителей. Лояльность потребителей	0.50
ЛЗ.2	Особенности покупательского поведения в цифровой среде	0.50
<b>Семинары, практические занятия</b>		
ПЗ.1	Карта путешествия клиента в цифровой среде	0.30
ПЗ.2	Анализ удовлетворенности покупателей маркетинговыми проектами организации	0.50
<b>Самостоятельная работа</b>		
СЗ.1	Теория поколений потребителей	14.00
СЗ.2	Инструменты изучения покупательского поведения в цифровой среде	36.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВРЗ.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 4 «Маркетинговые исследования в проектной деятельности организации и автоматизация маркетинговой деятельности »</b>		<b>38.50</b>
<b>Лекции</b>		
Л4.1	Маркетинговые исследования при реализации проектов организации, методы сбора информации при проектной деятельности	1.00
Л4.2	Этапы и методы анализа данных маркетинговых исследований при проектной деятельности	0.50
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П4.1	Исследование потребителей в цифровой среде	0.50
П4.2	Исследование конкурентов в цифровой среде	0.50
<b>Самостоятельная работа</b>		
С4.1	Инструменты автоматизации маркетинговой деятельности	36.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР4.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 5 «Товарная политика в комплексе маркетинга »</b>		<b>27.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л5.1	Основные положения товарной политики предприятия. Основные виды классификации товаров. Ассортиментная политика	0.50
Л5.2	Бренд и брендинг	0.50
Л5.3	Жизненный цикл товаров. Разработка нового продукта	
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П5.1	Оценка конкурентоспособности товара. Ассортиментная политика	
П5.2	Этапы разработки нового товара	
<b>Самостоятельная работа</b>		
С5.1	Жизненный цикл товара. Особенности жизненного цикла товара в цифровой экономике	8.00
С5.2	Особенности брендинга в цифровой среде	18.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		

КВР5.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 6 «Ценовая политика предприятия»</b>		<b>24.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л6.1	Основные положения ценовой политики предприятия. Ценовые стратегии предприятия	
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П6.1	Понятие и виды скидок, ценовая дискриминация	
П6.2	Методы ценообразования	
<b>Самостоятельная работа</b>		
С6.1	Виды скидок	12.00
С6.2	Ценовые стратегии предприятия	12.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР6.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 7 «Сбытовая политика предприятия»</b>		<b>9.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л7.1	Основные положения сбытовой политики предприятия. Виды каналов сбыта. Виды посредников	
Л7.2	Особенности сбытовой политики в цифровой экономике	
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П7.1	Анализ сбытовой политики фирмы	
П7.2	Обоснование выбора канала сбыта	
<b>Самостоятельная работа</b>		
С7.1	Виды стратегий сбыта в цифровой экономике	9.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР7.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 8 «Коммуникационная политика предприятия »</b>		<b>20.70</b>
<b>Лекции</b>		
Л8.1	Основные положения политики продвижения в комплексе маркетинга	
Л8.2	Технология позиционирования на рынке	0.50
Л8.3	Реклама. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Прямой (директ) маркетинг	
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П8.1	Особенности разработки коммуникационного обращения	
П8.2	Формирование маркетингового бюджета	0.20
П8.3	Инструменты автоматизации продвижения в цифровой среде	
<b>Самостоятельная работа</b>		
С8.1	Мотивы рекламных обращений. Выбор методов обращения	8.00
С8.2	Инструменты автоматизации продвижения в цифровой среде	12.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР8.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 9 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		<b>9.00</b>
Э9.1	Подготовка к сдаче экзамена	6.50
КВР9.1	Консультация перед экзаменом	2.00

КВР9.2	Сдача экзамена	0.50
<b>ИТОГО</b>		<b>252.00</b>

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](http://www.vyatsu.ru).

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

### **Учебная литература (основная)**

1) Минько, Э. В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. - ISBN 978-5-238-01223-0 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Калужский, М. Л. Маркетинг : учебник / М.Л. Калужский. - Изд. 2-е. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2021. - 217 с. - ISBN 978-5-4499-1657-0 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598991/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) 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.

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) 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.

6) 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.

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



8) 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) Матвеева, Л. Г. Маркетинговые информационные системы : учебное пособие / Л.Г. Матвеева. - Ростов на Дону : Издательство Южного федерального университета, 2015. - 224 с. - ISBN 978-5-9275-1785-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461934/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Джикович, Ю. В. Практический маркетинг : учебное пособие / Ю. В. Джикович, А. А. Арефьева, 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.

3) Калужский, М. Л. Эволюция маркетинга в сетевой экономике : монография / М.Л. Калужский. - М.|Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 296 с. - ISBN 978-5-4475-8474-0 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444198/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Калужский, М. Л. Маркетинговая среда электронной коммерции: формирование и институциональное регулирование : монография / М.Л. Калужский. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 260 с. : схем., табл., ил. - Библиогр.: с. 212-240. - ISBN 978-5-4475-9442-8 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473028/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - 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.

6) Управление маркетингом : учебное пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 463 с. - ISBN 5-238-00883-X : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

7) Гавриленко, Н. И. Маркетинг : учебное пособие / Н.И. Гавриленко. - М.|Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 194 с. - ISBN 978-5-4475-3635-0 : Б. ц. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=273611/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

8) Скворцова, Н. А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса : учебное пособие / Н.А. Скворцова. - М.|Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 325 с. - ISBN 978-5-4475-5240-4 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

9) Маркетинг в XXI веке: глобализация и новые технологии : сборник статей / М. Л. Калужский. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 63 с. : схем., табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9344-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473030/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

#### **Учебно-методические издания**

1) 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.

2) Бурцева, Татьяна Алексеевна. Технология проверки маркетинговых гипотез решения управленческих проблем : монография / Т. А. Бурцева ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : Изд-во ВятГУ, 2015. - 139 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 01.12.2015). - 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](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](http://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
Интерактивная доска Smart Board SB 480-H2
МУЛЬТИМЕДИА ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN
НОУТБУК Acer Aspire 5920G
Проектор Smart V25 к интерактивной доске
Экран LUMA

**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=105149](https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=105149)