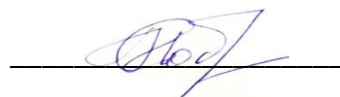


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации
РПД_3-38.03.02.04_2019_105953
Актуализировано: 26.03.2021

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)	3-38.03.02.04
	шифр
	Маркетинг
	наименование
Формы обучения	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	1. Формирование у студентов представление о теории и практике, ключевых разделах современного маркетинга, инструментах комплекса маркетинга, в том числе в управлении проектами. 2. Сформировать у студентов знания о процессе организации и управления маркетингом в цифровой экономике. 3. Сформировать практические навыки использования маркетинговых инструментов в управлении проектами на предприятии. 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 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 ОПК-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	находить маркетинговые организационно-управленческие решения и нести за них ответственность; применять	навыками принятия управленческих решений; способами поддержания эффективной коммуникации в профессиональной сфере

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

Компетенция ОПК-6

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

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)
Экзамен	2 семестр (Очная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения)

Трудовоемкость 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

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Основные положения маркетинга в цифровой экономике»		20.00
Лекции		
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
Семинары, практические занятия		
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
Самостоятельная работа		
С1.1	Эволюция комплекса маркетинга	4.00
С1.2	Современные тенденции маркетинга. Типичные ошибки в маркетинге	4.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
Раздел 2 «Методы маркетинга в цифровой экономике»		34.00
Лекции		
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
Семинары, практические занятия		
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
Самостоятельная работа		
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
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	12.00
Раздел 3 «Поведение потребителей в маркетингово-проектной деятельности организации »		35.00

Лекции		
Л3.1	Покупательское поведение потребителей. Лояльность потребителей	1.00
Л3.2	Особенности покупательского поведения в цифровой среде	2.00
Семинары, практические занятия		
П3.1	Карта путешествия клиента в цифровой среде	1.00
П3.2	Анализ удовлетворенности покупателей маркетинговыми проектами организации	1.00
Самостоятельная работа		
С3.1	Теория поколений потребителей	6.00
С3.2	Инструменты изучения покупательского поведения в цифровой среде	12.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	12.00
Раздел 4 «Маркетинговые исследования в проектной деятельности организации и автоматизация маркетинговой деятельности »		31.50
Лекции		
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
Семинары, практические занятия		
П4.1	Исследование потребителей в цифровой среде	1.00
П4.2	Исследование конкурентов в цифровой среде	1.00
Самостоятельная работа		
С4.1	Инструменты автоматизации маркетинговой деятельности	13.50
Контактная внеаудиторная работа		
КВР4.1	Контактная внеаудиторная работа	14.00
Раздел 5 «Товарная политика в комплексе маркетинга »		26.50
Лекции		
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
Семинары, практические занятия		
П5.1	Оценка конкурентоспособности товара. Ассортиментная политика	1.00
П5.2	Этапы разработки нового товара	1.00
Самостоятельная работа		
С5.1	Жизненный цикл товара. Особенности жизненного цикла товара в цифровой экономике	8.00
С5.2	Особенности брендинга в цифровой среде	6.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР5.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00

Раздел 6 «Ценовая политика предприятия»		25.00
Лекции		
Л6.1	Основные положения ценовой политики предприятия. Ценовые стратегии предприятия	1.00
Семинары, практические занятия		
П6.1	Понятие и виды скидок, ценовая дискриминация	1.00
П6.2	Методы ценообразования	1.00
Самостоятельная работа		
С6.1	Виды скидок	6.00
С6.2	Ценовые стратегии предприятия	8.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР6.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
Раздел 7 «Сбытовая политика предприятия»		19.50
Лекции		
Л7.1	Основные положения сбытовой политики предприятия. Виды каналов сбыта. Виды посредников	1.00
Л7.2	Особенности сбытовой политики в цифровой экономике	0.50
Семинары, практические занятия		
П7.1	Анализ сбытовой политики фирмы	1.00
П7.2	Обоснование выбора канала сбыта	1.00
Самостоятельная работа		
С7.1	Виды стратегий сбыта в цифровой экономике	8.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР7.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
Раздел 8 «Коммуникационная политика предприятия »		33.50
Лекции		
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
Семинары, практические занятия		
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
Самостоятельная работа		
С8.1	Мотивы рекламных обращений. Выбор методов обращения	6.00
С8.2	Инструменты автоматизации продвижения в цифровой среде	12.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР8.1	Контактная внеаудиторная работа	9.50
Раздел 9 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		27.00
Э9.1	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
КВР9.1	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР9.2	Сдача экзамена	0.50

ИТОГО	252.00
--------------	---------------

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 знакомятся 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) 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 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.

8) 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.

9) 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.

10) 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.

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=3-38.03.02.04
- 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/elektronnnye-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=105953