

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_2020_108801
Актуализировано: 15.02.2021

Рабочая программа дисциплины
Маркетинг 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	<ol style="list-style-type: none"> 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 ПК-6

способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений		
Знает	Умеет	Владеет
теоретические основы управления проектами в маркетинге; процесс разработки и внедрения технологических и продуктовых инноваций; мотивы потребителей и типы покупательского поведения при организационных изменениях в стратегическом маркетинге	применять разные подходы к управлению проектами в маркетинге; организовать процесс разработки и внедрения технологических и продуктовых инноваций; выявлять мотивы потребителей и типы покупательского поведения при организационных изменениях в стратегическом маркетинге	навыками применения подходов к управлению проектами в маркетинге; навыками организации процесса разработки и внедрения технологических и продуктовых инноваций; навыками выявления мотивов потребителей и типов покупательского поведения при организационных изменениях в стратегическом маркетинге

Компетенция ОПК-4

способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации		
Знает	Умеет	Владеет
структуру делового общения и публичных выступлений, основные правила и приемы проведения переговоров, совещаний, правила	осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую	навыками, методами и приемами осуществления делового общения и публичных выступлений, проведения переговоров,

оформления и ведения деловой переписки и поддержания электронных коммуникаций	переписку и поддерживать электронные коммуникации	совещаний, деловой переписки и поддержания электронных коммуникаций
---	---	---

Структура дисциплины
Тематический план

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

Формы промежуточной аттестации

Зачет	Не предусмотрен (Очная форма обучения)
Экзамен	3 семестр (Очная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная 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	2	3	252	7	136.5	68	34	34	0	115.5			3

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Основные положения маркетинга в цифровой экономике»		28.00
Лекции		
Л1.1	Введение в маркетинг. Современные концепции маркетинга. Особенности традиционного маркетинга	2.00
Л1.2	Особенности маркетинга в цифровой экономике. Взаимосвязь классического и цифрового маркетинга	2.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Средства и функции маркетинга. Производственная функция. Сбытовая функция. Аналитическая функция. Функция управления и контроля	2.00
П1.2	Инструменты маркетинга в цифровой экономике	2.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Эволюция теорий маркетинга	4.00
С1.2	Современные тенденции маркетинга. Типичные ошибки в маркетинге	8.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
Раздел 2 «Методы маркетинга в цифровой экономике»		42.00
Лекции		
Л2.1	Сегментирование рынка, объем и структура спроса в цифровой среде	2.00
Л2.2	Стратегия цифрового маркетинга. Место цифрового маркетинга в стратегии предприятия	2.00
Л2.3	Особенности применения методов традиционного маркетинга в цифровой среде	2.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Сегментирование рынка в цифровой среде	2.00
П2.2	Метод матриц. Методы расчета объема и структуры спроса в цифровой среде	2.00
П2.3	Стратегическое планирование. Разработка стратегии цифрового маркетинга	2.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Сегментирование рынка в цифровой среде	4.00
С2.2	Объем и структура спроса в цифровой среде	6.00
С2.3	Виды маркетинговых стратегий в цифровой среде	6.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	14.00
Раздел 3 «Поведение потребителей в маркетингово-проектной деятельности организации »		35.00
Лекции		

ЛЗ.1	Покупательское поведение потребителей. Лояльность покупателей	2.00
ЛЗ.2	Особенности покупательского поведения в цифровой среде	2.00
Семинары, практические занятия		
ПЗ.1	Карта путешествия клиента в цифровой среде	2.00
ПЗ.2	Анализ удовлетворенности покупателей маркетинговыми проектами организации	1.00
Самостоятельная работа		
СЗ.1	Теория поколений потребителей	4.00
СЗ.2	Инструменты изучения покупательского поведения в цифровой среде	12.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВРЗ.1	Контактная внеаудиторная работа	12.00
Раздел 4 «Маркетинговые исследования в проектной деятельности организации и автоматизация маркетинговой деятельности »		32.00
Лекции		
Л4.1	Маркетинговые исследования при реализации проектов организации, методы сбора информации при проектной деятельности	2.00
Л4.2	Этапы и методы анализа данных маркетинговых исследований при проектной деятельности	2.00
Семинары, практические занятия		
П4.1	Исследование потребителей в цифровой среде	4.00
П4.2	Исследование конкурентов в цифровой среде	2.00
Самостоятельная работа		
С4.1	Сервисы конкурентного анализа	8.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР4.1	Контактная внеаудиторная работа	14.00
Раздел 5 «Товарная политика в комплексе маркетинга »		28.00
Лекции		
Л5.1	Основные положения товарной политики предприятия. Основные виды классификации товаров. Ассортиментная политика	2.00
Л5.2	Бренд и брендинг	2.00
Л5.3	Жизненный цикл товаров. Разработка нового продукта	2.00
Семинары, практические занятия		
П5.1	Оценка конкурентоспособности товара. Ассортиментная политика	2.00
П5.2	Этапы разработки нового товара	2.00
Самостоятельная работа		
С5.1	Жизненный цикл товара. Особенности жизненного цикла товара в цифровой экономике	4.00
С5.2	Особенности брендинга в цифровой среде	6.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР5.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
Раздел 6 «Ценовая политика предприятия»		15.00
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	4.00
С6.2	Ценовые стратегии предприятия	4.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР6.1	Контактная внеаудиторная работа	4.00
Раздел 7 «Сбытовая политика предприятия»		13.00
Лекции		
Л7.1	Основные положения сбытовой политики предприятия. Виды каналов сбыта. Виды посредников	1.00
Л7.2	Особенности сбытовой политики в цифровой экономике	2.00
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	6.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР7.1	Контактная внеаудиторная работа	2.00
Раздел 8 «Коммуникационная политика предприятия »		32.00
Лекции		
Л8.1	Основные положения политики продвижения в комплексе маркетинга	2.00
Л8.2	Технология позиционирования на рынке	2.00
Л8.3	Реклама. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью в маркетинге. Прямой (директ) маркетинг	2.00
Семинары, практические занятия		
П8.1	Особенности разработки коммуникационного обращения	2.00
П8.2	Формирование маркетингового бюджета	2.00
П8.3	Инструменты автоматизации продвижения в цифровой среде	3.00
Самостоятельная работа		
С8.1	Мотивы рекламных обращений. Выбор методов обращения	6.00
С8.2	Инструменты автоматизации продвижения в цифровой среде	9.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР8.1	Контактная внеаудиторная работа	4.00
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. 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.

3) 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: 20.04.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный.

4) 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.

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 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.

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) 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.

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.

11) Васильев, Геннадий Анатольевич. Рекламный маркетинг : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 032401 "Реклама", 080111 "Маркетинг" и 080301 "Коммерция (торговое дело)" / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М. : Вузовский учебник, 2010. - 274, [1] с. : ил. - Библиогр.: с. 267-273 и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-9558-0068-4 : 142.00 р. - Текст : непосредственный.

Учебная литература (дополнительная)

1) 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.

2) 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.

3) 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.

4) 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.

5) 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.

6) 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.

7) 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.

8) Бурцева, Татьяна Алексеевна. Технология проверки маркетинговых гипотез решения управленческих проблем : монография / Т. А. Бурцева ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : Изд-во ВятГУ, 2015. - 140 с. - Б. ц. - Текст : непосредственный.

Учебно-методические издания

1) 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.

2) 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.

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.

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) Экономическая теория : учебное наглядное пособие для студентов всех направлений и форм обучения / ВятГУ, ИЭМ, ФЭиФ, каф. ЭК ; сост. Л. А. Суворова. - 3-е изд. - Киров : ВятГУ, 2020. - Б. ц. - Текст : электронный.
- 2) Слукина, С. А. Технологии применения методов исследования операций в управлении промышленным производством. 2 : учебно-наглядное пособие / С.А. Слукина. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 275 с. - ISBN 978-5-7996-1259-7 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276530/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

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/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=108801