

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\_2021\_122556  
Актуализировано: 04.05.2021

**Рабочая программа дисциплины**  
**Маркетинг в цифровой экономике**

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр
Направление подготовки	38.03.02 шифр
	Менеджмент 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"> <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 ПК-8

Способностью разрабатывать основные направления организационных изменений, решать стратегические и оперативные задачи с целью совершенствования бизнес-процессов в сфере маркетинга

Знает	Умеет	Владеет
основы разработки основных направлений организационных изменений, способы и методы решения стратегических и оперативных задач с целью совершенствования бизнес-процессов в маркетинговой сфере	выявлять основные направления организационных изменений, решать стратегические и оперативные задачи с целью совершенствования бизнес-процессов в маркетинговой сфере	навыками разработки основных направлений организационных изменений, решения стратегических и оперативных задач с целью совершенствования бизнес-процессов в маркетинговой сфере

#### Компетенция УК-2

Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Знает	Умеет	Владеет
теоретические основы целеполагания и определения оптимальных способов решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	навыками целеполагания, постановки задач и выбора оптимальных способов решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений



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

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

**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
<b>Раздел 1 «Основные положения маркетинга в цифровой экономике»</b>		<b>28.00</b>
<b>Лекции</b>		
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
<b>Семинары, практические занятия</b>		
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
<b>Самостоятельная работа</b>		
С1.1	Эволюция теорий маркетинга	4.00
С1.2	Современные тенденции маркетинга. Типичные ошибки в маркетинге	8.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
<b>Раздел 2 «Методы маркетинга в цифровой экономике»</b>		<b>42.00</b>
<b>Лекции</b>		
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
<b>Семинары, практические занятия</b>		
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
<b>Самостоятельная работа</b>		
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
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	14.00
<b>Раздел 3 «Поведение потребителей в маркетингово-проектной деятельности организации »</b>		<b>35.00</b>
<b>Лекции</b>		

ЛЗ.1	Покупательское поведение потребителей. Лояльность покупателей	2.00
ЛЗ.2	Особенности покупательского поведения в цифровой среде	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
ПЗ.1	Карта путешествия клиента в цифровой среде	2.00
ПЗ.2	Анализ удовлетворенности покупателей маркетинговыми проектами организации	1.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
СЗ.1	Теория поколений потребителей	4.00
СЗ.2	Инструменты изучения покупательского поведения в цифровой среде	12.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВРЗ.1	Контактная внеаудиторная работа	12.00
<b>Раздел 4 «Маркетинговые исследования в проектной деятельности организации и автоматизация маркетинговой деятельности »</b>		<b>32.00</b>
<b>Лекции</b>		
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
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П4.1	Исследование потребителей в цифровой среде	4.00
П4.2	Исследование конкурентов в цифровой среде	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С4.1	Сервисы конкурентного анализа	8.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР4.1	Контактная внеаудиторная работа	14.00
<b>Раздел 5 «Товарная политика в комплексе маркетинга »</b>		<b>28.00</b>
<b>Лекции</b>		
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
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П5.1	Оценка конкурентоспособности товара. Ассортиментная политика	2.00
П5.2	Этапы разработки нового товара	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С5.1	Жизненный цикл товара. Особенности жизненного цикла товара в цифровой экономике	4.00
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>15.00</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	4.00
С6.2	Ценовые стратегии предприятия	4.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР6.1	Контактная внеаудиторная работа	4.00
<b>Раздел 7 «Сбытовая политика предприятия»</b>		<b>13.00</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	2.00
<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	6.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР7.1	Контактная внеаудиторная работа	2.00
<b>Раздел 8 «Коммуникационная политика предприятия »</b>		<b>32.00</b>
<b>Лекции</b>		
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
<b>Семинары, практические занятия</b>		
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
<b>Самостоятельная работа</b>		
С8.1	Мотивы рекламных обращений. Выбор методов обращения	6.00
С8.2	Инструменты автоматизации продвижения в цифровой среде	9.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР8.1	Контактная внеаудиторная работа	4.00
<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>

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](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. 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 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.

7) 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.

8) 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. 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.

3) 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.

4) 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.

5) Фокина, Ольга Васильевна. Развитие концепции маркетинга покупательского опыта в условиях цифровой экономики : монография / О. В. Фокина ; ВятГУ. - Киров : Научное изд-во ВятГУ, 2018. - 136 с. : рис. - Библиогр.: с. 125-131 (89 назв.). - 500 экз. - ISBN 978-5-98228-168-5 : 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) Маркетинговые исследования : 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. - 48 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

2) Фокина, Ольга Васильевна. Управление маркетингом проекта : учебное наглядное пособие для обучающихся направления 38.03.02 "Менеджмент" профиль "Маркетинг" всех форм обучения / О. В. Фокина, В. В. Кислицына ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 41 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

3) Фокина, Ольга Васильевна. Стратегический маркетинг : учебное наглядное пособие для обучающихся направления 38.03.02 "Менеджмент" профиль "Маркетинг" всех форм обучения / О. В. Фокина, В. В. Кислицына ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 28 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](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](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
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=122556](https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=122556)