



Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Калининградский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

Начальник УРОПС
В.А. Мельникова

Рабочая программа модуля
«ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ»

основной профессиональной образовательной программы бакалавриата
по направлению подготовки
38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль программы
«МАРКЕТИНГОВАЯ АНАЛИТИКА»

ИНСТИТУТ

ВЫПУСКАЮЩАЯ КАФЕДРА

РАЗРАБОТЧИК

Отраслевой экономики и управления

Менеджмента

УРОПС

1 ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ МОДУЛЯ

1.1 Целью освоения модуля «Профессиональный модуль» является формирование у будущих специалистов знаний технологий проведения качественных и количественных маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга; целостного теоретического представления об общих принципах бизнес-планирования, а также практических навыков разработки бизнес-плана; теоретических знаний об инструментах маркетинговых коммуникаций и системе продвижения товаров и услуг, а также практических навыков планирования и организации маркетинговых коммуникационных кампаний; теоретических знаний и практических навыков для обеспечения эффективной организации логистической деятельности по направлениям: закупки, производство, складирование, управление запасами, транспортировка и др.; знаний в области маркетингового управления разработкой, внедрением и продвижением на рынок инноваций, а также коммерциализации новых товаров и услуг; компетенций, направленных на получение знаний и практических навыков в области проведения маркетинговых исследований и практического применения методов маркетингового анализа при изучении явлений и процессов товарного рынка; навыков использования теоретического и методологического аппарата комплекса маркетинга услуг в осуществлении профессиональной деятельности на предприятиях сервисной сферы; теоретических знаний и практических навыков в области осуществления маркетинговой деятельности в интернет-пространстве.

1.2 Процесс изучения модуля направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки.

Таблица 1 – Планируемые результаты обучения по дисциплинам (модулям), соотнесенные с установленными компетенциями

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
ПК-2: Способен собирать, систематизировать и оценивать информацию по результатам анализа внешней и внутренней среды организации, формировать аналитические отчеты о состоянии и динамике развития рынков товаров и услуг, используя цифровые технологии	Логистика и управление цепями поставок	<u>Знать:</u> - нормативные правовые акты, регулирующие сферу логистики на предприятиях, различной отраслевой направленности; - условия и варианты надежного и экономически целесообразного обеспечения ресурсами предприятий, в соответствии с планами производства или продаж предприятий, разных направлений деятельности; - методы анализа и оптимизации использования материальных, финансовых, сервисных и информационных ресурсов, а также оценки эффективности логистической деятельности предприятий; <u>Уметь:</u> - анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и специализированную информацию, содержащуюся в отчетности организации, и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений в сфере логистики; - методические материалы по планированию, учету и анализу логистической деятельности организации; - рассчитывать экономические и финансово-экономические показатели, характеризующие логистическую деятельность организации; <u>Владеть:</u> - навыками сбора и обработка исходных данных и выполнения расчетов по материальным, финансовым, временным затратам, необходимым для выполнения задач предприятия, в сфере логистики и управления цепями поставок; - навыками определения экономической эффективности организации логистической деятельности предприятий.
ПК-1: Способен организовывать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса	Маркетинговые исследования	<u>Знать:</u> - методы проведения маркетингового исследования; - методы анализа данных. <u>Уметь:</u> - осуществлять постановку задач исследования исходя из целей, выявлен-

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
маркетинга, разрабатывать обоснованные управленческие решения, участвовать в реализации проектов по развитию организации		ных проблем и возможностей, с учетом особенностей стратегии взаимоотношений с клиентами; - определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; - подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования; - систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации Владеть: - навыками составления технического задания для выполнения маркетингового исследования; - проведения маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - навыками формирования отчета по результатам маркетингового исследования.
ПК-1: Способен организовывать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга, разрабатывать обоснованные управленческие решения, участвовать в реализации проектов по развитию организации	Бизнес-планирование	Знать: - методы системного анализа; - основы управления инновационными проектами; – порядок разработки бизнес-планов организации в соответствии с отраслевой направленностью; – методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием вычислительной техники; – методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства. Уметь: – предварительно анализировать проблемы и прогнозировать возможности оптимального решения стандартных и нестандартных задач в условиях неопределенности; – работать со специализированными программами для сбора информации и инструментами прогнозирования;

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
		– предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации; - давать рекомендации по разработке новых продуктов, решающих проблемы клиентов; – собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации. Владеть: – навыками выявления проблем и формулирования целей исследования (бизнес-идеи); – навыками подготовки отчетов и рекомендаций в виде бизнес-плана по результатам маркетинговых исследований; – навыком планирования и организации сбора первичной и вторичной информации для целей бизнес-планирования; - навыком проведение расчетов экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов.
ПК-1: Способен организовывать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга, разрабатывать обоснованные управленческие решения, участвовать в реализации проектов по развитию организации	Инструменты маркетинговых коммуникаций	Знать: - основы маркетинга, маркетинга взаимоотношений с клиентами, внутреннего маркетинга; - нормативные правовые акты, регулирующие рекламную деятельность; - основы психологии общения с потребителями деловых и конечных рынков; Уметь: - применять методы проведения маркетингового исследования; - систематизировать и обобщать материалы первичной и вторичной маркетинговой информации; - анализировать текущую рыночную конъюнктуру; - проводить маркетинговые исследования разных видов рынков с использованием инструментов комплекса маркетинга;

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
		Владеть: - навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; - методами планирования и анализа маркетинговой деятельности организации; - методами расчета показателей эффективности и рентабельности системы продвижения в маркетинговой деятельности организации; - методами использования цифровых технологий для проведения маркетинговых интернет-исследований и управления базами маркетинговых и рекламных данных.
ПК-2: Способен собирать, систематизировать и оценивать информацию по результатам анализа внешней и внутренней среды организации, формировать аналитические отчеты о состоянии и динамике развития рынков товаров и услуг, используя цифровые технологии	Маркетинг инноваций	Знать: - теории и методы теоретической и прикладной инноватики; - особенности инновационного процесса и характеристики этапов инновационного цикла; - основы управления поведением потребителей при выводе инноваций на рынок; - маркетинговые инструменты продвижения инноваций с учетом динамизма внешней среды. Уметь: - оценивать информацию по результатам диагностики среды и разрабатывать организационно -экономические решения в области продвижения инноваций; - проводить мониторинг изменения данных для проведения расчетов экономических показателей организации при внедрении инноваций; - использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии. Владеть: - навыками выполнения расчетов по материальным, трудовым и финансовым затратам, необходимых для освоения новых видов продукции, производимых услуг; - навыками использования автоматизированных систем сбора и обра-

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
		ботки экономической информации о состоянии инновационного потенциала и инновационного климата.
ПК-2: Способен собирать, систематизировать и оценивать информацию по результатам анализа внешней и внутренней среды организации, формировать аналитические отчеты о состоянии и динамике развития рынков товаров и услуг, используя цифровые технологии	Маркетинговый анализ	Знать: - нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; - методы выявления проблем и определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; - способы поиска первичной и вторичной маркетинговой информации, и методы анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг; Уметь: - применять методы сбора, хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; - определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; - видеть и понимать проблемы клиента, правильно оценивать ожидания клиента, предварительно анализировать проблемы и прогнозировать возможности оптимального решения стандартных и нестандартных маркетинговых задач в условиях неопределенности; - работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования; Владеть: - навыками проведения маркетингового анализа с использованием инструментов комплекса маркетинга и цифровых технологий; - навыками создания и воспроизводства видеороликов, презентаций, слайд-шоу, медиафайлов и итоговой продукции из исходных аудиокомпонентов, визуальных и мультимедийных компонентов; - методами использования цифровых технологий для проведения маркетинговых интернет-исследований и управления большими базами маркетинговых данных.
ПК-2: Способен соби-	Маркетинг услуг	Знать:

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
рать, систематизировать и оценивать информацию по результатам анализа внешней и внутренней среды организации, формировать аналитические отчеты о состоянии и динамике развития рынков товаров и услуг, используя цифровые технологии		- основы маркетинга услуг, маркетинга взаимоотношений с клиентами, внутреннего маркетинга; - особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг; - методы, инструменты и цифровые технологии оценки клиентского опыта; - методы сбора, обработки, систематизации и оценки маркетинговой и экономической информации по результатам анализа внешней и внутренней среды сервисной организации, с использованием вычислительной техники. Уметь: - давать рекомендации по улучшению качества обслуживания клиентов и совершенствованию стандартов сервиса; - формировать аналитические отчеты о состоянии и динамике развития рынков товаров и услуг, используя цифровые технологии; - видеть и понимать проблемы клиента, правильно оценивать ожидания клиента, предварительно анализировать проблемы и прогнозировать возможности оптимального решения стандартных и нестандартных маркетинговых задач в условиях неопределенности; - предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности сервисной организации. Владеть: -инструментарием маркетинговых исследований, позволяющим обосновывать организационно-управленческие решения для предприятий сферы услуг; - навыками формирования предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности сервисной организации; - навыками осуществления маркетинговых коммуникаций с внешними и внутренними потребителями сервисной организации и оценки их эффективности.
ПК-2: Способен собирать, систематизировать	Интернет-маркетинг	Знать: - базовые инструменты интернет-маркетинга;

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
и оценивать информацию по результатам анализа внешней и внутренней среды организации, формировать аналитические отчеты о состоянии и динамике развития рынков товаров и услуг, используя цифровые технологии		- методы использования цифровых технологий для проведения маркетинговых интернет-исследований; - правила создания текстового и графического контента для размещения в сети Интернет; - метрики на этапах маркетинговой воронки и для оценки эффективности интернет-маркетинга. Уметь: - проводить маркетинговые интернет-исследования с использованием цифровых технологий; - создавать и публиковать мультимедиа контент в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - выбирать эффективные каналы продвижения в интернет-пространстве; - самостоятельно настраивать контекстную рекламу. Владеть: - навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения в интернет-пространстве; - навыками расчёта маркетинговых метрик и базовыми инструментами интернет-маркетинговой аналитики; - инструментами создания сайтов и наполнения его нужным контентом, поиска ключевых слов, работы в соцсетях.
	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	
ПК-2: Способен собирать, систематизировать и оценивать информацию по результатам анализа внешней и внутренней среды организации, формировать аналитические отчеты о состоянии и динамике раз-	Управление результативностью	Знать: - нормативные правовые акты, регулирующие производственно-хозяйственную деятельность организации; - методы и инструменты сбора и анализа информации для планирования и организации процессов производства и формирования возможных управленческих решений -способы оценки эффективности каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем использования ресурсов и ожидаемой ценностью;

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
вития рынков товаров и услуг, используя цифровые технологии		- основы внедрения или усовершенствования кросс-функциональных процессов, или административных регламентов организации Уметь: - разрабатывать обоснованные решения по управлению процессами планирования и организации производства; - осуществлять руководство первичным производственным коллективом; - оценивать результативность реализации стратегии производственного предприятия; - определять границы кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации Владеть: - инструментами расчета влияния внутренних и внешних факторов на результаты деятельности организации; - навыками оформления результатов бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами; - навыками моделирования кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации
ПК-2: Способен собирать, систематизировать и оценивать информацию по результатам анализа внешней и внутренней среды организации, формировать аналитические отчеты о состоянии и динамике развития рынков товаров и услуг, используя цифровые технологии	Бизнес-аналитика как инструмент управления	Знать: - принципы и правила работы с нормативно-методической документацией; - методы сбора информации (наблюдения, фиксация данных, хронометраж, фотография рабочего дня, техники проведения интервью и анкетирования, анализ документов и отчетной информации, изучение обратной связи от заинтересованных сторон); - методы оценки эффективности деятельности; - предметную область и специфику деятельности организации в объеме, достаточном для решения задач бизнес-анализа; Уметь: - анализировать внутренние/внешние факторы и условия, влияющие на деятельность организации; - разрабатывать, согласовывать и утверждать планы мероприятий, оценивать достижение результатов, разрабатывать корректирующие мероприятия

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
		для достижения планов; - анализировать показатели эффективности и результативности процессов и административных регламентов; - формулировать и обосновывать предложения по повышению эффективности процессов или административных регламентов. Владеть: - навыками отбора, применения и адаптации соответствующих методов, инструментов и техник анализа бизнес-ситуации и предметной области, включая методы анализа данных; - навыками сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии информации для бизнес-анализа;
	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	
ПК-2: Способен собирать, систематизировать и оценивать информацию по результатам анализа внешней и внутренней среды организации, формировать аналитические отчеты о состоянии и динамике развития рынков товаров и услуг, используя цифровые технологии	Международный маркетинг	Знать: - нормативные правовые акты, регулирующие международную маркетинговую деятельность; - методы и способы сбора и оценки информации по результатам анализа конкурентоспособности международных компаний, их ресурсного потенциала с использованием цифровых технологий; - методы планирования и контроля в международном маркетинге. Уметь: - анализировать стратегии, применяемые в международном маркетинге при выводе продукции на экспорт; - формировать аналитические отчеты об эффективности международной маркетинговой деятельности, используя цифровые технологии; - предлагать маркетинговые решения, которые могут привести к совершенствованию международного комплекса маркетинга. Владеть: - навыками формирования планов, проектов и стратегий международного маркетинга; - навыками использования инструментария международного маркетинга

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
		при принятии управленческих решений для экспортных компаний.
ПК-2: Способен собирать, систематизировать и оценивать информацию по результатам анализа внешней и внутренней среды организации, формировать аналитические отчеты о состоянии и динамике развития рынков товаров и услуг, используя цифровые технологии	Маркетинг территорий	Знать: - нормативные правовые акты, регулирующие социально-экономическое развитие территорий и качество жизни населения; - методы и способы сбора и оценки информации по результатам анализа конкурентоспособности территорий, их ресурсного потенциала с использованием цифровых технологий; - методы эффективного позиционирования территорий во внешней среде и формирования положительного имиджа товаров, услуг, бизнеса, населения территорий. Уметь: - анализировать текущие стратегии социально-экономического развития территорий, рассчитывать рейтинговые оценки, проводить анализ позиций территорий в национальном и мировом масштабе, давать оценку имиджа товаров, услуг, бизнеса, населения конкретных территорий; - формировать аналитические отчеты о конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности территорий, используя цифровые технологии; - предлагать маркетинговые решения, которые могут привести к повышению конкурентоспособности территорий и формированию их благоприятного имиджа. Владеть: - навыками формирования планов, проектов и стратегий развития территорий; - навыками повышения привлекательности территорий, улучшения имиджа товаров, услуг, бизнеса, населения территорий и эффективного продвижения положительного имиджа территорий для внутренних и внешних потребителей.

2 ТРУДОЁМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ, СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЯ, ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ ПО НЕМУ

Профессиональный модуль относится к блоку 1 части, формируемой участниками образовательных отношений, и включает в себя восемь основных дисциплин и 2 пары дисциплин по выбору.

Общая трудоемкость модуля составляет 53 зачетных единицы (з.е.), т.е. 1908 академических часов (1431 астр. часов) контактной и самостоятельной учебной работы студента; работой, связанной с текущей и промежуточной (заключительной) аттестацией по дисциплинам модуля.

Распределение трудоемкости освоения модуля по семестрам, видам учебной работы студента, а также формы контроля приведены ниже.

Таблица 2 - Объем (трудоемкость освоения) в очной форме обучения и структура модуля

Наименование	Семестр	Форма контроля	з.е.	Акад. часов	Контактная работа					СРС	Подготовка и аттестация в период сессии
					Лек	Лаб	Пр	РЭ	КА		
Логистика и управление цепями поставок	5	РГР, Э	6	216	32		32	6	2,25	109	34,75
Маркетинговые исследования	5,6	З, КР, Э	9	324	64		64	12	4,4	144,85	34,75
Бизнес-планирование	6	Э	5	180	32		32	6	1,25	74	34,75
Инструменты маркетинговых коммуникаций	6	Э	6	216	32		48	8	1,25	92	34,75
Маркетинг инноваций	7	Э	5	180	32		32	6	1,25	74	34,75
Маркетинговый анализ	8	КР, Э	6	216	36		36	7	4,25	98	34,75
Маркетинг услуг	8	РГР, Э	5	180	36		36	7	2,25	64	34,75
Интернет-маркетинг	8	Э	4	144	24		24	5	1,25	55	34,75
Управление результативностью/ Бизнес-аналитика	7	ДЗ	3	108	32		32	6	0,15	37,85	-

Наименование	Семестр	Форма контроля	з.е.	Акад. часов	Контактная работа					СРС	Подготовка и аттестация в период сессии
					Лек	Лаб	Пр	РЭ	КА		
<i>как инструмент управления</i>											
<i>Международный маркетинг/ Маркетинг территорий</i>	7	Э	4	144	32		32	6	1,25	38	34,75
Итого по модулю:			53	1908	352		368	69	19,55	786,7	312,75

Таблица 3 - Объем (трудоемкость освоения) в очно-заочной форме обучения и структура модуля

Наименование	Семестр	Форма контроля	з.е.	Акад. часов	Контактная работа					СРС	Подготовка и аттестация в период сессии
					Лек	Лаб	Пр	РЭ	КА		
Логистика и управление цепями поставок	5	РГР, Э	6	216	12		12	30	2,25	125	34,75
Маркетинговые исследования	5,6	З, КР, Э	9	324	24		24	52	4,4	184,85	34,75
Бизнес-планирование	6	Э	5	180	12		12	24	1,25	96	34,75
Инструменты маркетинговых коммуникаций	6	Э	6	216	12		18	28	1,25	122	34,75
Маркетинг инноваций	7	Э	5	180	12		12	24	1,25	96	34,75
Маркетинговый анализ	8	КР, Э	6	216	12		12	30	4,25	123	34,75
Маркетинг услуг	8	РГР, Э	5	180	12		12	28	2,25	91	34,75
Интернет-маркетинг	9	Э	4	144	10		10	24	1,25	64	34,75
<i>Управление результативно-</i>	7	ДЗ	3	108	12		12	20	0,15	63,85	-

Наименование	Семестр	Форма контроля	з.е.	Акад. часов	Контактная работа					СРС	Подготовка и аттестация в период сессии
					Лек	Лаб	Пр	РЭ	КА		
стью/ Бизнес-аналитика как инструмент управления											
Международный маркетинг/ Маркетинг территорий	7	Э	4	144	12		12	20	1,25	64	34,75
Итого по модулю:			53	1908	130		136	280	19,55	1029,7	312,75

Обозначения: Э – экзамен; З – зачет; ДЗ – дифференцированный зачет (зачет с оценкой); КР (КП) – курсовая работа (курсовой проект); контр. – контрольная работа, РГР – расчетно-графическая работа; Лек – лекционные занятия; Лаб - лабораторные занятия; Пр – практические занятия; РЭ – контактная работа с преподавателем в ЭИОС; КА – контактная работа, консультации, инд.занятия, практики и аттестации; СРС – самостоятельная работа студентов

Таблица 4 – Курсовые работы (проекты)

Вид	Курс	Семестр	Трудоемкость
Маркетинговые исследования			
КР	3	6	36
Маркетинговый анализ			
КР	4	8	36

При разработке образовательной технологии организации учебного процесса основной упор сделан на соединение активной и интерактивной форм обучения. Интерактивная форма позволяет студентам проявить самостоятельность в освоении теоретического материала и овладении практическими навыками, формирует интерес и позитивную мотивацию к учебе.

3 УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА

Учебно-методическое обеспечение модуля приведено в таблицах 5 и 6.

Таблица 5 – Перечень основной и дополнительной литературы

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
Логистика и управление цепями поставок	1. Медведев, С. О. Логистика и управление цепями поставок : учебное пособие / С. О. Медведев, А. П. Мохирев, Т. Г. Рябова. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2021. — 84 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/270020 (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный. 2. Тебекин, А. В. Логистика : учебник / А. В. Тебекин. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2024. — 354 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710178 (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-394-05519-5. — Текст : электронный. 3. Троянова, Е. Н. Логистика : учебное пособие / Е. Н. Троянова, М. В. Чехонадских. — Новосибирск : НГТУ, 2023. — 100 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/404675 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-7782-4893-9. — Текст : электронный. 4. Петрова, А. В. Управление цепями поставок : учебное пособие / А. В. Петрова. — Екатеринбург : , 2020. — 154 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/170414 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-94614-490-2. — Текст : электронный. 5. Васильев, Д. И. Управление цепями поставок : учебное пособие / Д. И. Васильев, Г. Г. Левкин, Т. В.	1. Воронова, Д. Ю. Управление цепями поставок : учебное пособие / Д. Ю. Воронова. — Оренбург : ОГУ, 2019. — 169 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/159912 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-7410-2355-6. — Текст : электронный. 2. Карпычева, М. В. Логистика : учебное пособие / М. В. Карпычева. — Москва : РУТ (МИИТ), 2020. — 157 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/175872 (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный. 3. Чертыковцев, В. К. Логистика : учебное пособие / В. К. Чертыковцев. — Самара : Самарский университет, 2020. — 184 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/188929 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-7883-1517-1. — Текст : электронный. 4. Управление цепью поставок (SCM) : учебное пособие / сост. П. П. Крылатков, М. А. Прилуцкая ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2018. — 143 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696270 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-7996-2269-5. — Текст : электронный. 5. Савченко, Е. В. Логистика : учебное пособие / Е. В. Савченко, Т. В. Чибикова. — Омск : ОмГТУ, 2023. — 139 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/421682 (дата обращения: 31.08.2024).

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	Новикова. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 128 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698751 (дата обращения: 31.08.2024). – ISBN 978-5-4499-3594-6. – DOI 10.23681/698751. – Текст : электронный.	— ISBN 978-5-8149-3602-8. — Текст : электронный. 6. Никишов, С. И. Цифровая трансформация логистики / С. И. Никишов ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва : Дело, 2019. – 113 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577780 (дата обращения: 31.08.2024). – ISBN 978-5-7749-1516-3. – Текст : электронный. 7. Кожанов, Н. Т. Управление цепями поставок : учебное пособие / Н. Т. Кожанов. — Новосибирск : НГТУ, 2023. — 78 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/404558 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-7782-4921-9. — Текст : электронный.
Маркетинговые исследования	1. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. – Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381 (дата обращения: 27.08.2024). – ISBN 978-5-4499-3797-1. – DOI 10.23681/705381. – Текст : электронный. 2. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 293 с. – Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684403 (дата обращения: 27.08.2024). – ISBN 978-5-394-04587-5. – Текст : электронный. 3. Калимуллина, О. В. Маркетинговые исследования в условиях цифровой трансформации экономики : учебное пособие / О. В. Калимуллина, С. В. Пинков-	1. Цой, М. Е. Маркетинговые исследования : учебное пособие : в 3 частях / М. Е. Цой, В. Ю. Щеколдин. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. – Часть 1. Направления и методы маркетинговых исследований. – 67 с. – Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575338 (дата обращения: 29.08.2024). – ISBN 978-5-7782-3635-6. - ISBN 978-5-7782-3636-3 (Ч. 1). – Текст : электронный. 2. Бельская, Ю. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Ю. В. Бельская. — Новосибирск : НГТУ, 2023. — 68 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/404255 (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-7782-4878-6. — Текст : электронный. 3. Петухова, Ж. Г. Аналитический маркетинг. Исследование рынка : учебное пособие / Ж. Г. Петухова. — Норильск : ЗГУ им. Н.М. Федоровского, 2021. — 90 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система.

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	ская. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2023. — 65 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/426038 (дата обращения: 27.08.2024). — Текст : электронный. 4. Маркетинговые исследования : учебное пособие / О. В. Кони́на, О. С. Пескова, О. В. Юрова [и др.]. — Волгоград : ВолгГТУ, 2022. — 234 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/279758 (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-9948-4401-4. — Текст : электронный.	— URL: https://e.lanbook.com/book/224552 (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-589009-742-2. — Текст : электронный. 4. Черных, В. В. Маркетинговые исследования рынка инновационного продукта : учебное пособие / В. В. Черных. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 120 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/212726 (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-8114-2824-3. — Текст : электронный. 5. Родионова, Е. В. Исследование рынка и продвижение продукции : практикум / Е. В. Родионова ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2023. — 44 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=703555 (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-8158-2328-0. — Текст : электронный. 6. Иванова, В. А. Исследования в маркетинге и рекламе : учебное пособие / В. А. Иванова ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. — Москва : Дело, 2019. — 114 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612517 (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-85006-183-8. — Текст : электронный.
Бизнес-планирование	1. Стратегическое планирование и бизнес-план : учебное пособие / В. В. Дорофие́нко, Р. В. Ободец, С. В. Захаров, Я. В. Ободец. — Донецк : ДОНАУИГС, 2019. — 302 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/225824 (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-907158-49-8. — Текст :	1. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии : учебник / И. А. Дубровин. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2019. — 432 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573394 (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-394-03291-2. — Текст : электронный. 2. Глеков, П. М. Бизнес-планирование : учебное пособие / П. М. Глеков, Е. А. Илларионова. — Воронеж : ВЭПИ, 2020. — 120 с.

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	электронный. 2. Ксенофонтова, Т. Ю. Разработка бизнес-плана и технико-экономическое обоснование проекта : учебное пособие / Т. Ю. Ксенофонтова, О. А. Гуляева, Е. А. Ксенофонтова. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2023. — 91 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/355070 (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-7541-5-1833-8. — Текст : электронный. 3. Курлыкова, А. В. Бизнес-планирование : учебное пособие / А. В. Курлыкова, И. Н. Корабейников. — Москва : Директ-Медиа, 2023. — 132 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699589 (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-4499-3600-4. — DOI 10.23681/699589. — Текст : электронный. 4. Бизнес-планирование : учебник / Э. М. Лубкова, Г. С. Ермолаева, С. А. Шелковников [и др.]. — Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2023. — 170 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/352556 (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-00137-372-8. — Текст : электронный.	— Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/202646 (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-94178-676-3. — Текст : электронный. 3. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100% : стратегия и тактика эффективного бизнеса : практическое пособие / Р. Абрамс. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 486 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279292 (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-9614-4548-0. — Текст : электронный. 4. Пруэтт, П. Руководство Ernst&Young по составлению бизнес-планов : практическое пособие / П. Пруэтт, Д. Борнстайн, Б. Форд ; ред. В. Ионов ; пер. с англ. М. Сухановой. — 2-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 257 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=81678 (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-9614-5055-2. — Текст : электронный. 5. Бизнес-планирование : учебное пособие / В. З. Черняк, Н. Д. Эриашвили, Е. Н. Барикаев [и др.] ; под ред. В. З. Черняка, Г. Г. Чараева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 592 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684707 (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-238-01812-6. — Текст : электронный. 6. Теоретические и практические особенности бизнес-планирования для предприятий аграрной сферы экономики : учебное пособие / Е. В. Скиперская, С. С. Вайцеховская, Н. А. Довготько, И. В. Грузков ; Ставропольский государственный аграрный университет. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет (СтГАУ), 2022. — 120 с. — Режим доступа: по подписке. — URL:

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
		https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=708917 (дата обращения: 11.08.2024). – Текст : электронный. 7. Теоретические и практические основы бизнес-планирования диверсификации производства : учебное пособие / Н. Н. Тельнова, Н. В. Банникова, А. Р. Байчерова [и др.]. — Ставрополь : СтГАУ, 2023. — 72 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/400355 (дата обращения: 11.08.2024). — Текст : электронный.
Инструменты маркетинговых коммуникаций	1. Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга : учебник / Д. А. Шевченко. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 614 с. – Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709871 (дата обращения: 03.09.2024). — ISBN 978-5-394-05623-9. — Текст : электронный. 2. Шевченко, Д. А. Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций : учебник / Д. А. Шевченко. — Москва : Директ-Медиа, 2022. — 268 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686477 (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-4499-3057-6. — DOI 10.23681/686477. — Текст : электронный. 3. Шевченко, Д. А. Исследования коммуникации: ATL, BTL, PR : учебник / Д. А. Шевченко. — Москва : Директ-Медиа, 2023. — 232 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701345 (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-4499-3742-1. — DOI 10.23681/701345. — Текст : электронный.	1. Основы PR и рекламной деятельности : учебное пособие / В. А. Бондаренко, Н. А. Дадаян, К. А. Дзотцоева [и др.] ; под ред. В. А. Бондаренко. — Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2022. — 244 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=708613 (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-7972-3042-7. — Текст : электронный. 2. Сабурова, М. М. Маркетинговые коммуникации (теория, управление, практика) : учебное пособие / М. М. Сабурова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Ульяновск : УлГТУ, 2017. — 192 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/165048 (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-9795-1709-4. — Текст : электронный. 3. Новые парадигмы развития маркетинговых инструментов в условиях трансформации современной экономики / С. В. Карпова, А. Л. Абаев, О. А. Артемьева [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — 2-е изд., доп. — Москва : Дашков и К°, 2021. — 352 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698398 (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-394-04291-1. — Текст : электронный.

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	4. Маркетинговые коммуникации: курс лекций : учебное пособие / составители Ю. О. Тихоновская, Т. В. Жоголь. — Пинск : ПолесГУ, 2023. — 105 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/396770 (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-985-516-750-2. — Текст : электронный. 5. Шарков, Ф. И. Коммуникология : основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. — 7-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2023. — 488 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710041 (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-394-05111-1. — Текст : электронный. 6. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2022. — 323 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408 (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-394-04536-3. — Текст : электронный.	4. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синаев ; под ред. И. М. Синяевой. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 505 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685454 (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-238-02309-0. — Текст : электронный. 5. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. — 4-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2020. — 128 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573190 (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-394-03520-3. — Текст : электронный. 6. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2017. — 260 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124 (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-394-02257-9. — Текст : электронный. 7. Мальцева, Ю. А. Коммуникационные инструменты маркетинга в интернет пространстве / Ю. А. Мальцева, И. В. Котляревская, В. А. Багинская ; под общ. ред. Ю. А. Мальцевой ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2019. — 76 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697352 (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-7996-2942-7. — Текст : электронный. 8. Шавардова, Е. Ю. Азбука имиджологии : учебное пособие / Е.

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
		Ю. Шавардова. — Севастополь : СевГУ, 2023. — 184 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/332210 (дата обращения: 29.08.2024). — Текст : электронный. 9. Жесткова, Н. А. Основы теории коммуникации : учебное пособие / Н. А. Жесткова. — Самара : ПГУТИ, 2021. — 149 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/301235 (дата обращения: 29.08.2024). — Текст : электронный.
Маркетинг инноваций	1. Инновационный маркетинг : учебник / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2023. — 170 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710077 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-394-05283-5. — Текст : электронный. 2. Усанькова, Е. А. Маркетинг инноваций : учебное пособие / Е. А. Усанькова. — Новосибирск : СГУГиТ, 2023. — 40 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/393668 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-907513-99-0. — Текст : электронный. 3. Черных, В. В. Маркетинговые исследования рынка инновационного продукта : учебное пособие / В. В. Черных. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 120 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/212726 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-907513-99-0. — Текст : электронный.	1. Палий, Н. С. Товарная инновационная политика : учебное пособие / Н. С. Палий. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. — 182 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599897 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-4499-1702-7. — DOI 10.23681/599897. — Текст : электронный. 2. Кармышев, Ю. А. Инновационный менеджмент : учебное пособие / Ю. А. Кармышев. — Тамбов : ТГУ им. Г.Р.Державина, 2023. — 223 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/416090 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-00078-725-0. — Текст : электронный. 3. Ниншитель, Е. Ю. Международный маркетинг высокотехнологичных продуктов : учебное пособие / Е. Ю. Ниншитель, Т. И. Заяц ; Новосибирский государственный технический университет. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. — 119 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576429 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 975-5-7782-3505-2. — Текст : электронный.

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	31.08.2024). — ISBN 978-5-8114-2824-3. — Текст : электронный. Путилов, А. В. Коммерциализация технологий и промышленные инновации : учебное пособие / А. В. Путилов, Ю. В. Черняховская. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 324 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/213212 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-8114-3371-1. — Текст : электронный.	4. Сбоева, И. А. Стратегический маркетинг инновационного продукта : учебное пособие / И. А. Сбоева ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. — 204 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=560559 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-8158-2072-2. — Текст : электронный. 5. Ангелина, И. А. Инновационный менеджмент и маркетинг : учебное пособие / И. А. Ангелина. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2017. — 148 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/167635 (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный. 6. Моисеева, Е. Е. Маркетинг нового продукта : учебное пособие / Е. Е. Моисеева. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2018. — 72 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/147588 (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный.
Маркетинговый анализ	1. Шевченко, Д. А. Маркетинговый анализ : учебник / Д. А. Шевченко. — Москва : Директ-Медиа, 2022. — 220 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=688900 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-4499-3164-1. — DOI 10.23681/688900. — Текст : электронный. 2. Сиганьков, А. А. Маркетинговый анализ : учебное пособие / А. А. Сиганьков. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 71 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL:	1. Сиганьков, А. А. Маркетинговый анализ : учебное пособие / А. А. Сиганьков. — Москва : РТУ МИРЭА, 2021. — 66 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/171449 (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный. 2. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я : 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер : практическое пособие / Ф. Котлер ; ред. М. Суханова ; пер. с англ. Т. В. Виноградовой, А. А. Чеха, Л. Л. Царук. — 7-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 211 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742 (дата обра-

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	https://e.lanbook.com/book/167588 (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный. 3. Маркетинговый анализ : инструментарий и кейсы : учебник / под ред. Л. С. Латышовой. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2023. — 150 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697013 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-394-05282-8. — DOI 10.29030/978-5-394-05282-8-2023. — Текст : электронный. 4. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник / Д. А. Шевченко. — Москва : Директ-Медиа, 2023. — 372 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381 (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-4499-3797-1. — DOI 10.23681/705381. — Текст : электронный.	щения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-9614-5016-3. — Текст : электронный. 3. Складорова, О. А. Маркетинговый анализ : учебное пособие / О. А. Складорова ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). — Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2017. — 115 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567428 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-7972-2409-9. — Текст : электронный. 4. Новожилов, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебное пособие для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» / А. М. Новожилов ; Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), Гуманитарный институт, Кафедра «Политология, история реклама и связи с общественностью». — Москва : Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), 2018. — Часть 2. — 82 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=703334 (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный. 5. Новожилов, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебное пособие / А. М. Новожилов. — Москва : РУТ (МИИТ), 2019 — Часть 3 — 2019. — 72 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/175649 (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный. 6. Мартынов, И. Ю. Информационное обеспечение маркетинговых решений : учебное пособие / И. Ю. Мартынов. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2020. — 120 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL:

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
		https://e.lanbook.com/book/170475 (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный. 7. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова. — 4-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2022. — 293 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684403 (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-394-04587-5. — Текст : электронный.
Маркетинг услуг	1. Шевченко, Д. А. Маркетинг услуг : учебник для вузов / Д. А. Шевченко. — Москва : Директ-Медиа, 2023. — 192 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700362 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-4499-3613-4. — DOI 10.23681/700362. — Текст : электронный. 2. Синяева, И. М. Маркетинг услуг : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2022. — 251 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684412 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-394-04575-2. — Текст : электронный. 3. Хан, Р. С. Маркетинг в сфере услуг : учебное пособие / Р. С. Хан, А. А. Федосенко. — Ростов-на-Дону : Донской ГТУ, 2021. — 62 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/237728 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-7890-1859-0. — Текст : электронный.	1. Загорская, Л. М. Маркетинг услуг : учебное пособие / Л. М. Загорская, В. А. Назаркина. — Новосибирск : НГТУ, 2017. — 130 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/118544 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-7782-3207-5. — Текст : электронный. 2. Клименко, Л. В. Маркетинг в сфере услуг : учебное пособие Л. В. Клименко ; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2019. — 111 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577773 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-9275-3130-1. — Текст : электронный. 3. Васильев, Г. А. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг : учебное пособие / Г. А. Васильев, Е. М. Деева. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 193 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684630 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-238-01578-1. — Текст : электронный. 4. Лобарева, Н. В. Маркетинг взаимоотношений : учебное пособие / Н. В. Лобарева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 98 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL:

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
		https://e.lanbook.com/book/167596 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 5. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / А. Л. Абаев, В. А. Алексунин, М. Т. Гуриева [и др.] ; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2022. — 434 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710033 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-394-05009-1. — Текст : электронный. 6. Крылова, Л. В. Маркетинг в сервисе : учебное пособие / Л. В. Крылова, А. А. Кривонос, Н. И. Морозова. — Донецк : ДонНУ-ЭТ имени Туган-Барановского, 2023. — 176 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/403934 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-00202-438-4. — Текст : электронный. 7. Развитие маркетинга сферы услуг в цифровой среде : теория и методология / С. П. Азарова, С. Л. Балова, И. А. Безденежных [и др.] ; под ред. И. А. Фирсовой, Р. К. Крайневой ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. — Москва : Прометей, 2021. — 526 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=690656 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-00172-236-6. — Текст : электронный.
Интернет-маркетинг	1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — 2-е изд., пересм. — Москва : Дашков и К°, 2021. — 346 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-394-04250-8. — Текст : электронный. 2. Кульпин, С. В. Структура и содержание интернет-	1. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг : учебное пособие / К. Я. Ветцель. — Красноярск : СФУ, 2018. — 176 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/157667 (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-7638-4010-0. — Текст : электронный. 2. Завьялова, Д. 487 хаков для интернет-маркетологов : как получить еще больше трафика и продаж : практическое пособие /

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	маркетинга : учебное пособие / С. В. Кульпин ; под ред. Е. В. Попова ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2020. – 103 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699056 (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-7996-3027-0. – Текст : электронный. 2. Кметь, Е. Б. Цифровой маркетинг / Е. Б. Кметь, Н. А. Юрченко. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 128 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/345998 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-507-46792-1. — Текст : электронный. 3. Москалев, С. М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С. М. Москалев. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. — 99 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/162823 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 4. Баркович, А. А. Реклама в Интернете : учебное пособие для вузов / А. А. Баркович. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 212 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/421451 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-507-49401-9. — Текст : электронный.	Д. Завьялова ; ред. И. Беличева. – Москва : Альпина Паблишер, 2023. – 512 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=707411 (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-9614-7739-9. – Текст : электронный. 3. Иванова, В. А. Исследования в маркетинге и рекламе : учебное пособие / В. А. Иванова ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва : Дело, 2019. – 114 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612517 (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-85006-183-8. – Текст : электронный. 4. Сулейманов, М. Д. Цифровая экономика : учебник / М. Д. Сулейманов ; научные редакторы В. А. Кашин, М. М. Юмаев. — Москва : РосНОУ, 2020. — 356 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/162182 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-89789-149-8. — Текст : электронный. 5. Шацкая, И. В. Эффекты социальных медиа и рекламы в цифровой экономике : монография / И. В. Шацкая. — Москва : РТУ МИРЭА, 2023. — 80 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/382766 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-7339-1963-8. — Текст : электронный. 6. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие для вузов / А. Г. Сковиков. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 260 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/189400 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-8114-9249-7. — Текст : электронный.

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
		7. Стефанова, Н. А. Эффективный интернет-маркетинг : учебное пособие / Н. А. Стефанова. — Самара : ПГУТИ, 2018. — 171 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/182388 (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный.
Управление результативностью	1. Краснянская, О. В. Управление результативностью маркетинга : учебное пособие / О. В. Краснянская. — Москва : РТУ МИРЭА, 2022. — 152 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/256790 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 2. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник / Д. А. Шевченко. — Москва : Директ-Медиа, 2023. — 372 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381 (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-4499-3797-1. — DOI 10.23681/705381. — Текст : электронный. 3. Управление маркетингом : учебник и практикум / С. В. Карпова, Г. А. Гадиев, Д. А. Жильцов [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой, Д. В. Тюрина. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2023. — 366 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710101 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-394-05444-0. — Текст : электронный. 4. Ким, С. А. Маркетинг : учебник / С. А. Ким. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2023. — 258 с. — Режим доступа: по подписке. — URL:	1. Мартынов, И. Ю. Информационное обеспечение маркетинговых решений : учебное пособие / И. Ю. Мартынов. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2020. — 120 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/170475 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 2. Новожилов, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебное пособие для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» / А. М. Новожилов. — Москва : Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), 2018. — Часть 2. — 82 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=703334 (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный. 4. Новожилов, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебное пособие / А. М. Новожилов. — Москва : РУТ (МИИТ), 2019 — Часть 3 — 2019. — 72 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/175649 (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный. 5. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова. — 4-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2022. — 293 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684403 (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-394-04587-5. — Текст : элек-

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710979 (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-394-05116-6. – Текст : электронный.	тронный.
Бизнес-аналитика как инструмент управления	1. Бизнес-аналитика : учебное пособие / Н. А. Щербакова, А. А. Астра, А. А. Балабин [и др.]. — Новосибирск : НГТУ, 2022. — 110 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/404489 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-7782-4852-6. — Текст : электронный. 2. Измайлов, А. М. Системы бизнес-аналитики : учебное пособие / А. М. Измайлов. — Самара : ПГУТИ, 2023. — 150 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/411728 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 3. Березовская, Е. А. Экономическая аналитика : учебное пособие / Е. А. Березовская, С. В. Крюков ; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2021. — 106 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691189 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-9275-3905-5. — Текст : электронный.	1. Еклашева, О. В. Системы искусственного интеллекта в бизнес-аналитике : практикум / О. В. Еклашева ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2023. — 72 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=714632 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-8158-2354-9. — Текст : электронный. 2. Тюкавкин, Н. М. Аналитика и управление бизнес-процессами предприятий и организаций : учебное пособие / Н. М. Тюкавкин, Е. А. Миронова. — Самара : Самарский университет, 2022. — 80 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/336443 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-7883-1802-8. — Текст : электронный. 3. Точилкина, Т. Е. Хранилища данных и средства бизнес-аналитики : учебное пособие / Т. Е. Точилкина, А. А. Громова. — Москва : Финансовый университет, 2017. — 161 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/208367 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-7942-1387-4. — Текст : электронный. 4. Кваша, Н. В. Диагностика и анализ экономического состояния предприятия : учебное пособие / Н. В. Кваша, А. В. Исаков, М. Г. Слущкий. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2022. — 90 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/279251 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-89160-257-1. — Текст : электронный.

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
		5. Коноплина, Ю. С. Управление продуктом : учеб. пособие для студентов, обучающихся в бакалавриате по направлению подгот. 38.03.02 Менеджмент / Ю. С. Коноплина ; Калинингр. гос. техн. ун-т. - Калининград : КГТУ, 2021. - 128, [1] с. - ISBN 978-5-94826-613-8 (в обл.). - Текст : непосредственный. 6. Томорадзе, И. В. Основы управления бизнес-процессами : учебное пособие / И. В. Томорадзе, Д. Ю. Денисов, А. В. Быкова. — Москва : РТУ МИРЭА, 2022. — 121 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/239999 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 7. Петухова, Ж. Г. Аналитический маркетинг. Исследование рынка : учебное пособие / Ж. Г. Петухова. — Норильск : ЗГУ им. Н.М. Федоровского, 2021. — 90 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/224552 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-589009-742-2. — Текст : электронный.
Международный маркетинг	1. Моргунов, В. И. Международный маркетинг : учебник / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 182 с. – Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621659 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-394-03802-0. — Текст : электронный. 2. Международный маркетинг : учебное пособие / М. Э. Сейфуллаева, Н. Д. Эриашвили, С. В. Земляк [и др.] ; под общ. ред. М. Э. Сейфуллаевой, Н. Д. Эриашвили. — Москва : Юнити-Дана, 2020. — 261 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685797 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-9941-9553-9-6. — Текст : электронный.	1. Клепцова, Л. Н. Международный маркетинг : учебное пособие / Л. Н. Клепцова. — Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2017. — 202 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/172518 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 2. Ниншитель, Е. Ю. Международный маркетинг высокотехнологичных продуктов : учебное пособие / Е. Ю. Ниншитель, Т. И. Заяц. — Новосибирск : НГТУ, 2018. — 119 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/118539 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 975-5-7782-3505-2. — Текст : электронный. 3. Клепцова, Л. Н. Международный маркетинг. Практикум : учебное пособие / Л. Н. Клепцова. — Кемерово : КузГТУ имени

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	3. Основы международного менеджмента и маркетинга : учебное пособие / О. Т. Шипкова, О. В. Ша-таева, Е. В. Скубрий, М. В. Николаев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 168 с. – Режим до-ступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615680 (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-4499-2020-1. – DOI 10.23681/615680. – Текст : электрон-ный.	Т.Ф. Горбачева, 2017. — 149 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/172519 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 4. Клепцова, Л. Н. Практикум по международному маркетингу : учебное пособие / Л. Н. Клепцова. — Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2017. — 176 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/172522 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 5. Портер, М. Международная конкуренция : конкурентные пре-имущества стран : практическое пособие / М. Портер. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 947 с. – Режим доступа: по подпис-ке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443018 (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-9614-4835-1. – Текст : электронный. 6. Международная торговля : учебное пособие / Н. В. Воробьева, Н. Н. Тельнова, С. С. Вайцеховская [и др.]. — Ставрополь : СтГАУ, 2023. — 80 с. — Режим доступа: для авториз. пользова-телей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/400259 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 7. Организация и техника внешнеэкономической деятельности : учебное пособие / Н. В. Воробьева, Н. В. Банникова, Н. Н. Тель-нова [и др.]. — Ставрополь : СтГАУ, 2023. — 84 с. — Режим до-ступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/400283 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.
Маркетинг территорий	1. Коломыц, О. Н. Маркетинг территорий : учебное пособие / О. Н. Коломыц, Е. В. Чекменева. — Крас-нодар : КубГТУ, 2023. — 211 с. — Режим доступа:	1. Семилетова, Я. И. Маркетинг территорий : учебное пособие / Я. И. Семилетова. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. — 129 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : элек-

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/413684 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-8333-1242-1. — Текст : электронный. 2. Маркетинг территорий : учебное пособие / составители М. И. Имамвердиева [и др.]. — Сургут : СурГУ, 2024. — 49 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/422351 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 3. Хачатурян, Н. Р. Маркетинг территории : учебное пособие / Н. Р. Хачатурян, С. Г. Халатян ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). — Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2023. — 132 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=711211 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-7972-3109-7. — Текст : электронный. 4. Очилова, Х. Ф. Маркетинг туризма : учебник / Х. Ф. Очилова, М. Амонбоев. — Москва : Директ-Медиа, 2022. — 176 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=689008 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-4499-3151-1. — DOI 10.23681/689008. — Текст : электронный.	тронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/162892 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 2. Виноградова, Т. Г. Менеджмент-маркетинг в региональном и муниципальном управлении : учебное пособие / Т. Г. Виноградова, Д. Я. Магомедмирзоева, Я. И. Семилетова. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2023. — 162 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/406295 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 3. Чечулин, А. В. Маркетинг территорий : как города и страны привлекают туристов, новых жителей и бизнес : монография / А. В. Чечулин. — Санкт-Петербург : КАРО, 2021. — 144 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683714 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-9925-1507-7. — Текст : электронный. 4. Маркетинг и социальная экспертиза территорий : учебное пособие / Н. В. Веселкова, М. Н. Вандышев, Ю. В. Мокерова, Г. А. Савчук ; под общ. ред. Н. В. Веселковой ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2018. — 159 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696284 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-7996-2458-3. — Текст : электронный. 5. Пьянкова, С. Г. Оценка конкурентоспособности территорий : учебное пособие / С. Г. Пьянкова, И. А. Антипин, С. В. Орехова. — Екатеринбург : УрГЭУ, 2023. — 197 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/417770 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-9656-0343-5. — Текст : элек-

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
		тронный. 6. Андреев, В. А. Администрирование территорий с особым экономическим режимом : учебное пособие / В. А. Андреев. — Владивосток : ВГУЭС, 2018. — 116 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/161396 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-9736-0497-4. — Текст : электронный. 7. Реброва, Н. П. Территориальный маркетинг : учебное пособие / Н. П. Реброва ; Финансовый университет при Правительстве РФ. — Москва : Прометей, 2018. — 141 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494923 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-907003-29-3. — Текст : электронный. 8. Совершенствование системы управления в регионе и отраслях : монография / А. Я. Якобсон, М. В. Вихорева, Т. К. Кириллова [и др.] ; под общей редакцией А. Я. Якобсона. — Иркутск : ИрГУПС, 2023. — 128 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/342158 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-98710-401-9. — Текст : электронный. 9. Ангелина, И. А. Маркетинг в туризме : учебное пособие / И. А. Ангелина. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2020. — 203 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/167636 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.

Таблица 6 – Перечень периодических изданий, учебно-методических пособий и нормативной литературы

Наименование дисциплин	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
Логистика и управление цепями поставок	«Логистика и управление цепями поставок», «Логистика 360», Логистика и маркетинг»	1. Нордин, В. В. Логистика: учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для студентов бакалавриата по напр. подгот. 38.03.02 Менеджмент / В. В. Нордин. – Калининград: ФГБОУ ВО «КГТУ», 2022. – 120 с. – URL: https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Logistika.pdf (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 2. Карпычева, М. В. Логистика : учебно-методическое пособие / М. В. Карпычева. — Москва : РУТ (МИИТ), 2020. — 66 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/175877 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 3. Роскова, О. А. Логистика : учебно-методическое пособие / О. А. Роскова. — Вологда : ВГМХА им. Н.В. Верещагина, 2019. — 86 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/130827 (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-98076-290-2. — Текст : электронный. 4. Васильев, Д. И. Электронный учебно-методический комплекс «Управление цепями поставок» / Д. И. Васильев, Г. Г. Левкин. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 143 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471179 (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-4475-9310-0. – DOI 10.23681/471179. – Текст : электронный. 5. Охотников, И. В. Управление цепями поставок : учебно-методическое пособие / И. В. Охотников, И. В. Сибирко. — Москва : РУТ (МИИТ), 2018. — 106 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/173754 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.
Маркетинговые исследования	«Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинг и логистика», «Экономическая среда»	1. Клиппенштейн, Е. В. Маркетинговые исследования: учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для студентов бакалавриата по напр. подгот. 38.03.02 Менеджмент/ Е. В. Клиппенштейн – Калининград: Изд-во ФГБОУ ВО «КГТУ», 2023. — 102 с. — URL:

Наименование дисциплин	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
		https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.03.02_Marketingovye_issledovaniya_UMPID.pdf (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 2. Маркетинговые исследования : учебно-методическое пособие / составитель А. В. Куликова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. — 70 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/153131 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 3. Аникеева-Науменко, Л. О. Маркетинговые исследования : учебно-методическое пособие / Л. О. Аникеева-Науменко, О. Г. Евдокимов. — Москва : РУТ (МИИТ), 2021. — 23 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/269510 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 4. Методы обработки данных маркетинговых исследований с применением SPSS : учебно-методическое пособие / составитель И. В. Шилова. — Воронеж : ВГУ, 2018. — 54 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/171162 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.
Бизнес-планирование	«Балтийский экономический журнал», «Менеджмент в России и за рубежом», «Финансы»	1. Некрасова, О. О. Бизнес-планирование: учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для студентов бакалавриата по напр. подгот. 38.03.02 Менеджмент / О. О. Некрасова. — Калининград: Изд-во ФГБОУ ВО «КГТУ», 2023. — 107 с. - URL: https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.03.02_Biznes_planirovanie_UMPID.pdf (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 2. Кузьмицкая, А. А. Бизнес-планирование : методические указания / А. А. Кузьмицкая. — Брянск : Брянский ГАУ, 2023. — 64 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/385529 (дата обращения: 13.08.2024). — Текст : электронный. 3. Будович, Л. С. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности : учебно-методическое пособие / Л. С. Будович, Ю. В. Старцева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2021. — 177 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань

Наименование дисциплин	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
		: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/182556 (дата обращения: 13.08.2024). — Текст : электронный. 4. Субачев, А. А. Бизнес-планирование : учебно-методическое пособие / А. А. Субачев, А. Ю. Тимонин. — Кострома : КГУ, 2023. — 207 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/366401 (дата обращения: 13.08.2024). — ISBN 978-5-8285-1188-4. — Текст : электронный. 5. Ищенко, Н. И. Формирование бизнес-плана инвестиционного проекта : учебно-методическое пособие / Н. И. Ищенко, Г. Г. Рехина. — Москва : НИЯУ МИФИ, 2015. — 52 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/126666 (дата обращения: 13.08.2024). — ISBN 978-5-7262-2189-2. — Текст : электронный.
Инструменты маркетинговых коммуникаций	«Маркетинг в России и за рубежом»	1. Моисеева, В. Г. Основы маркетинговых коммуникаций: учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины по напр. подгот. 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг» / В. Г. Моисеева. – Калининград: ФГБОУ ВО «КГТУ», 2023. - 71 с. — URL: https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Osnovy_marketingovykh_kommunikaciy.pdf (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 2. Логунцова, И. В. Маркетинговые коммуникации. Сборник интерактивных заданий, деловых игр и кейсов : учебно-методическое пособие для вузов / И. В. Логунцова. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 52 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/183730 (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-8114-9035-6. — Текст : электронный. 3. Маркетинговые коммуникации : методические указания / составители Е. О. Таппасханова [и др.]. — Нальчик : КБГУ, 2018. — 38 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/170866 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 4. Моисеева, В. Г. Рекламная деятельность : учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для бакалавриата по направлению подгот. 38.03.02 Менеджмент,

Наименование дисциплин	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
		модуль "Маркетинг" / В. Г. Моисеева ; Калинингр. гос. техн. ун-т. - Калининград : КГТУ, 2023. - 84, [1] с. - Текст : непосредственный. 5. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (в действующей редакции). - Режим доступа: для авториз. пользователей из справ.-правовой системы КонсультантПлюс. – Текст: электронный.
Маркетинг инноваций	«Инновации», «Маркетинг в России и за рубежом», «Практический маркетинг»	1. Саванович, С. В. Инновационный маркетинг: учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для студентов специальности 38.03.02 Менеджмент, элективный модуль "Маркетинг" / С. В. Саванович. – Калининград: Изд-во ФГБОУ ВО «КГТУ», 2023. - 106 с. - URL: https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Innovacionnyy_marketing.pdf (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 2. Саванович, С. В. Инновационный маркетинг : учеб.-метод. пособие по курсовой работе для студентов бакалавриата по направлению подгот. 38.03.02 Менеджмент / С. В. Саванович ; Калинингр. гос. техн. ун-т. - Калининград : КГТУ, 2022. - 45, [1] с. - Текст : непосредственный. 3. Кошечева, Е. О. Маркетинг в инновационной сфере : учебно-методическое пособие / Е. О. Кошечева, Е. В. Шиколенко, М. А. Федотова. – Москва : Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), 2020. – 149 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=703216 (дата обращения: 01.09.2024). – Текст : электронный. 4. Зубкова, Н. В. Маркетинг инноваций : учебно-методическое пособие / Н. В. Зубкова. — Тольятти : ТГУ, 2019. — 125 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/139916 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 5. Распоряжение Правительства РФ от 20.05.2023 N 1315-р <Об утверждении Концепции технологического развития на период до 2030 года> (вместе с "Концепцией технологического развития на период до 2030 года") (в действующей редакции). - Режим доступа: для авториз. пользователей из справ.-правовой системы КонсультантПлюс. – Текст: электронный. 6. Федеральный закон от 04.08.2023 N 478-ФЗ "О развитии технологических

Наименование дисциплин	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
		компаний в Российской Федерации" (в действующей редакции). - Режим доступа: для авториз. пользователей из справ.-правовой системы КонсультантПлюс. — Текст: электронный.
Маркетинговый анализ	«Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Практический маркетинг»	1. Беклемешева, Е. В. Маркетинг : учеб.-метод. пособие по выполнению курсовой работы для студентов, обучающихся в бакалавриате по направлению подгот. 38.03.02 "Менеджмент" / Е. В. Беклемешева ; Калинингр. гос. техн. ун-т. - Калининград : КГТУ, 2020. - 34, [1] с. - Текст : непосредственный. 2. Юмашева, И. А. Основы маркетинга : учебно-методическое пособие / И. А. Юмашева. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2021. — 329 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/246524 (дата обращения: 02.09.2024). — ISBN 978-5-94047-832-4. — Текст : электронный. 3. Клиппенштейн, Е. В. Маркетинговые исследования: учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для студентов бакалавриата по напр. подгот. 38.03.02 Менеджмент/ Е. В. Клиппенштейн – Калининград: Изд-во ФГБОУ ВО «КГТУ», 2023. — 102 с. — URL: https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.03.02_Marketingovye_issledovaniya_UMPID.pdf (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 4. Методы обработки данных маркетинговых исследований с применением SPSS : учебно-методическое пособие / составитель И. В. Шилова. — Воронеж : ВГУ, 2018. — 54 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/171162 (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный.
Маркетинг услуг	«Балтийский экономический журнал», «Маркетинг», «Практический маркетинг»	1. Енина, Е. С. Маркетинг услуг: учеб.- метод. пособие по изучению дисциплины для студентов бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, элективный модуль «Маркетинг» / Е. С. Енина. – Калининград: Изд-во ФГБОУ ВО «КГТУ», 2022. - 76 с. - URL: https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Marketing_uslug.pdf (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный. 2. Маркетинг услуг : метод. указания по орг. самостоят. работы и выполнению контрол. заданий для студентов всех форм обучения направления подгот. 38.03.02 "Менеджмент" профиль "Маркетинг" / Федер. агентство по рыболов-

Наименование дисциплин	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
		ству, Калинингр. гос. техн. ун-т, Балт. гос. акад. рыбопромыслового флота ; сост. Е. С. Енина. - Калининград : БГАРФ, 2016. - Режим доступа: для авторизир. пользователей. - URL: http://lib.klgtu.ru/web/index.php (дата обращения 23.08.2024). - Текст: электронный. 3. Маркетинг услуг : учебно-методическое пособие / составители В. Ю. Лунина [и др.]. — Донецк : ДОНАУИГС, 2020. — 125 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/215039 (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.
Интернет-маркетинг	«Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Практический маркетинг»	1. Енина, Е. С. Интернет-маркетинг: учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для студентов бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент / Е. С. Енина. – Калининград: ФГБОУ ВО «Калининградский государственный технический университет», 2022. - 39 с. - URL: https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.03.02_Internet_marketing_UMPID_Eнина.pdf (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный. 2. Цалко, Т. В. Учебно-методическое пособие к выполнению курсового проекта по дисциплине «Интернет-маркетинг» : учебно-методическое пособие / Т. В. Цалко. — Омск : ОмГУПС, 2022. — 31 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/419612 (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный. 3. Милютина, Е. М. SMM-технологии : учебно-методическое пособие / Е. М. Милютина. — Брянск : Брянский ГАУ, 2023. — 40 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. - Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/385556 (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный. 4. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации"(в действующей редакции). - Режим доступа: для авториз. пользователей из справ.-правовой системы Консультант-Плюс. – Текст: электронный. 5. Федеральный закон от 07.07.2003 N 126-ФЗ "О связи" (в действующей редакции). - Режим доступа: для авториз. пользователей из справ.-правовой системы

Наименование дисциплин	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
		КонсультантПлюс. – Текст: электронный.
Управление результативностью	«Балтийский экономический журнал», «Маркетинг в России и за рубежом», «ЭКО»	1. Экономическое обоснование маркетинговых решений: учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для студентов магистратуры по напр. подгот. 38.04.02 Менеджмент / Е. В. Беклемешева. – Калининград: Изд-во ФГБОУ ВО «КГТУ», 2023. – 50 с. – URL: https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.04.02_UM_Ekonomicheskoe_obosnovanie_marketingovykh_resheniy-UMPID.pdf (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный. 2. Афанасьева, О. Е. Управление маркетингом: учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для студентов напр. подгот. 38.03.02 Менеджмент / О. Е. Афанасьева. – Калининград: ФГБОУ ВО «КГТУ», 2022. – 88 с. - URL: https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Upravlenie_marketingom.pdf (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный. 3. Управление маркетингом : метод. указания по выполнению контрол. работы для студентов направления "Менеджмент" (профиль "Маркетинг") всех форм обучения / Федер. агентство по рыболовству, Калинингр. гос. техн. ун-т, Балт. гос. акад. рыбопромыслового флота ; сост. О. Е. Афанасьева. - Калининград : БГАРФ, 2017. - 45 с. - Текст : непосредственный.
Бизнес-аналитика как инструмент управления	«Балтийский экономический журнал», «Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы», «Финансовая аналитика: проблемы и решения», «Менеджмент и бизнес-администрирование»	1. Гущина, О. М. Основы бизнес-анализа : учебно-методическое пособие / О. М. Гущина, О. В. Аникина. — Тольятти : ТГУ, 2023. — 114 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/407678 (дата обращения: 02.09.2024). — ISBN 978-5-8259-1363-6. — Текст : электронный. 2. Мишурова, И. В. Бизнес-анализ : теория и практика : учебно-методическое пособие / И. В. Мишурова, Т. Ю. Синюк ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2020. – 240 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=616892 (дата обращения: 02.09.2024). – ISBN 978-5-7972-2763-2. – Текст : электронный. 3. Коноплина, Ю. С. Управление продуктом : учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для студентов, обучающихся в бакалавриате по направлению под-

Наименование дисциплин	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
		гот. 38.03.02 – Менеджмент / Ю. С. Конопина ; Калинингр. гос. техн. ун-т. - Калининград : КГТУ, 2023. - 76, [1] с. - Текст : непосредственный. 4. Конопина, Ю. С. Маркетинг в антикризисном управлении : учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для студентов, обучающихся в бакалавриате по направлению подгот. 38.03.02 – Менеджмент / Ю. С. Конопина ; Калинингр. гос. техн. ун-т. - Калининград : КГТУ, 2023. - 49, [1] с. - Текст : непосредственный. 5. Аксянова, А. В. Методы оптимальных решений : учебно-методическое пособие / А. В. Аксянова, Г. А. Гадельшина. — Казань : КНИТУ, 2021. — 100 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/330701 (дата обращения: 02.09.2024). — ISBN 978-5-7882-3096-2. — Текст : электронный.
Международный маркетинг	«Маркетинг в России и за рубежом», «Балтийский экономический журнал»	1. Юмашева, И. А. Основы маркетинга : учебно-методическое пособие / И. А. Юмашева. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2021. — 329 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/246524 (дата обращения: 02.09.2024). — ISBN 978-5-94047-832-4. — Текст : электронный. 2. Конопина, Ю. С. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент / Ю. С. Конопина. – Калининград: Изд-во ФГБОУ ВО «КГТУ», 2022. – 123 с. - URL: https://klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Vneshneekonomicheskaya_deyatelnosty_predpriyatiya.pdf (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный. 3. Дорофеева, В. В. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебно-методическое пособие по курсовой работе / В. В. Дорофеева – Калининград: Издательство ФГБОУ ВО «КГТУ», 2020. – 36 с. - URL: https://klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.03.02_UMP_KR_Vneshneekonomicheskaya_deyatelnosty_predpriyatiya.pdf (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный. 4. Методические указания по оформлению учебных текстовых работ (рефератов, контрольных, курсовых, выпускных квалификационных работ) для всех уровней, направлений и специальностей ИНОТЭКУ / Калинингр. гос. техн. ун-

Наименование дисциплин	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
		т, Ин-т отраслевой экономики и упр.; сост.: А. Г. Мнацаканян, Ю. Я. Настин, Э. С. Круглова. - 2-е изд. доп. - Калининград: КГТУ, 2018. – Режим доступа: для авторизир. пользователей. - URL: http://lib.klgtu.ru/web/index.php (дата обращения 08.08.2024). - Текст: электронный.
Маркетинг территорий	«Маркетинг в России и за рубежом», «Региональная экономика: теория и практика», «Региональная экономика и управление : электронный научный журнал»	1. Енина, Е. С. Маркетинг территорий: учеб.- метод. пособие по изучению дисциплины для студентов бакалавриата по напр. подгот. 38.03.02 Менеджмент, модуль по выбору "Маркетинг современной компании" / Е. С. Енина. – Калининград: Издательство ФГБОУ ВО «КГТУ», 2023. - 54 с. - URL: https://klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Marketing_territoriy.pdf (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный. 2. Семилетова, Я. И. Маркетинг территорий : учебное пособие / Я. И. Семилетова. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. — 129 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/162892 (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный. 3. Маркетинг территорий : учебно-методическое пособие / составитель А. В. Богомолова. — Липецк : Липецкий ГПУ, 2017. — 42 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/111940 (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный. 4. Горявин, А. Н. История мировых цивилизаций : учебно-методическое пособие / А. Н. Горявин, Т. В. Емельянова, С. А. Жиленко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 304 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686533 (дата обращения: 20.08.2024). – ISBN 978-5-4499-3035-4. – DOI 10.23681/686533. – Текст : электронный. 5. Нарыкова, Н. М. Зарубежный опыт государственного и муниципального управления : учебно-методическое пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление / Н. М. Нарыкова, Е. Н. Каратуева ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ). – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2021. – 175 с. – Режим доступа: по

Наименование дисциплин	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
		подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621187 (дата обращения: 20.08.2024). – Текст : электронный. 6. Указ Президента РФ от 07.05.2024 N 309 "О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года" (в действующей редакции). - Режим доступа: для авториз. пользователей из справ.-правовой системы КонсультантПлюс. – Текст: электронный. 7. Указ Президента РФ от 02.07.2021 N 400 "О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации" (в действующей редакции). - Режим доступа: для авториз. пользователей из справ.-правовой системы КонсультантПлюс. – Текст: электронный. 8. Федеральный закон от 28.06.2014 N 172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации" (в действующей редакции). - Режим доступа: для авториз. пользователей из справ.-правовой системы КонсультантПлюс. – Текст: электронный.

4 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ МОДУЛЯ

Информационные технологии

В ходе освоения дисциплин, обучающиеся используют возможности интерактивной коммуникации со всеми участниками и заинтересованными сторонами образовательного процесса, ресурсы и информационные технологии посредством электронной информационной образовательной среды университета.

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обучающимся по образовательной программе обеспечивается доступ (удаленный доступ), а также перечень лицензионного программного обеспечения определяется в рабочей программе и подлежит обновлению при необходимости.

Электронные образовательные ресурсы:

Российская образовательная платформа и конструктор бесплатных открытых онлайн-курсов и уроков: <https://stepik.org>

Образовательная платформа: <https://openedu.ru/>

Состав современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационных справочных систем (ИСС).

Единый федеральный реестр сведений о банкротстве (ЕФРСБ): <https://bankrot.fedresurs.ru>.

1. Маркетинговые исследования:

- Информационно-правовой портал Гарант [Электронный ресурс]: <https://www.garant.ru>.

- Справочная правовая система Консультант [Электронный ресурс]: <https://www.consultant.ru>.

- База данных «Экономические исследования» ЦБ России: https://www.cbr.ru/ec_research/

- Материалы Минэкономразвития РФ: <https://economy.gov.ru/>

- Базы данных Национального совета по оценочной деятельности: <http://www.ncva.ru>

- База данных агентства по рыночным исследованиям и консалтингу: www.market-agency.ru

- ARTWELL системный агрегатор: https://www.artwell.ru/services/marketing_research/

2. Бизнес-планирование:

- Справочная правовая система Консультант [Электронный ресурс]: <https://www.consultant.ru>.

- Министерство экономического развития Российской Федерации: (официальный

сайт) [Электронный ресурс]: <http://economy.gov.ru>

- Правительство РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://government.ru>
– Министерства экономики Калининградской области (официальный сайт) [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov39.ru/>

- База данных «Экономические исследования» ЦБ России:
https://www.cbr.ru/ec_research/

3. Инструменты маркетинговых коммуникаций:

- Гарант: информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Электрон. дан.:
www.garant.ru.

- Справочная правовая система Консультант [Электронный ресурс]:
<https://www.consultant.ru>.

- Маркетинговые коммуникации: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/marketing-communications>

- Гильдия маркетологов: <https://www.marketologi.ru/>

4. Логистика и управление цепями поставок:

- Справочная правовая система Консультант [Электронный ресурс]:
<https://www.consultant.ru>.

– Профессиональный портал о логистике в России. URL: <https://logirus.ru>;

– Портал о логистике и таможне. URL : <https://www.tks.ru/logistics/>;

- РБК (ПРО) логистика. URL: <https://pro.rbc.ru/interest/logistics>

5. Маркетинг инноваций:

- Справочная правовая система Консультант [Электронный ресурс]:
<https://www.consultant.ru>.

- Базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия: - <https://uisrussia.msu.ru/>

- Информационный портал «Инновации и предпринимательство»:
<http://www.innovbusiness.ru>

- Сайт Гильдии маркетологов: www.marketologi.ru .

- Базы данных системы межрегиональных маркетинговых центров:
<http://www.marketcenter.ru/>

- База данных маркетингового агентства рыночных исследований и консалтинга "Маркет": www.market-agency.ru

- Интернет-маркетинг лаборатория: <https://geniusmarketing.me/>

- Сборник креативных идей для малого бизнеса: <https://www.logaster.ru/>

- Федерация европейских данных и маркетинга: www.fedma.org
- Обзоры решений для email маркетинга, рекомендации по онлайн-продвижению, комментарии и советы специалистов: <http://www.epochta.ru/blog/>
- База данных European Society of Marketing Research Professionals одной из самых крупных исследовательской ассоциации в области маркетинга: <https://www.esomar.org/knowledge-enter/reports-publications>

6. Маркетинговый анализ:

- Справочная правовая система Консультант [Электронный ресурс]: <https://www.consultant.ru>.
- Интерфакс сервер раскрытия информации: <https://www.e-disclosure.ru/>
- База данных «Экономические исследования» ЦБ России: https://www.cbr.ru/ec_research/
- Министерство экономического развития Российской Федерации: (официальный сайт) [Электронный ресурс]: <http://economy.gov.ru>.
- eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека.: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
- Журнал Маркетинг и маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: <https://grebennikon.ru/journal-3.html#volume2024-1>

7. Маркетинг услуг:

- Справочная правовая система Консультант [Электронный ресурс]: <https://www.consultant.ru>.
- Интерфакс сервер раскрытия информации: <https://www.e-disclosure.ru/>
- Научно-образовательный портал IQ – Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»: <https://iq.hse.ru/>
- Некоммерческое партнерство Гильдия Маркетологов: <https://www.marketologi.ru/>
- Энциклопедия маркетинга. Теория и практика. Маркетинговые исследования - сайт по маркетинговой проблематике: www.marketing.spb.ru
- РАМУ- Российская ассоциация маркетинговых услуг: <https://ramu.ru/>

8. Интернет-маркетинг:

- Рекламные кейсы из России и других стран, советы по продвижению, маркетинг и digital: <https://vc.ru/marketing>
- Хабр. Сообщество IT специалистов. Раздел, посвященный маркетинговым темам: <https://habr.com/ru/flows/marketing/articles/>
- Блог Нетологии, посвященный социальным медиа, контенту и другими маркетинго-

выми разделами: <https://netology.ru/blog>

- Rusability. Сайт об интернет-маркетинге, юзабилити, контент-маркетинге, SMM и креативе в инфографике, историях, трендах и аналитике: <https://rusability.ru/>

- Яндекс. Практикум. Бесплатные вводные курсы по маркетингу: <https://start.practicum.yandex/>

- Гарант: информационно-правовой портал [Электронный ресурс]: www.garant.ru

- Справочная правовая система Консультант [Электронный ресурс]: <https://www.consultant.ru>.

9. Управление результативностью:

- Справочная правовая система Консультант [Электронный ресурс]: <https://www.consultant.ru>.

- База данных «Экономические исследования» ЦБ России. [Электронный ресурс]: https://www.cbr.ru/ec_research/

- Министерство экономического развития Российской Федерации. [Электронный ресурс]: <http://economy.gov.ru>.

- Правительство РФ [Электронный ресурс]: <http://government.ru>

- Центральный банк РФ [Электронный ресурс]: <http://www.cbr.ru>

- Официальный интернет-портал правовой информации: <http://pravo.gov.ru>

- База данных информационного агентства «Финмаркет»: <http://www.finmarket.ru>

10. Бизнес-аналитика как инструмент управления:

- Справочная правовая система Консультант [Электронный ресурс]: <https://www.consultant.ru>.

- Официальный сайт Правительства Российской Федерации <http://government.ru>

- Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации: <http://economy.gov.ru>.

- Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>

- База данных «Экономические исследования» ЦБ России https://www.cbr.ru/ec_research/

11. Международный маркетинг:

- Справочная правовая система Консультант [Электронный ресурс]: <https://www.consultant.ru>.

- Научно-образовательный портал IQ – Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»:- <https://iq.hse.ru/>

- Некоммерческое партнерство Гильдия Маркетологов: <https://www.marketologi.ru/>

- Сайт о международных маркетинговых исследованиях:
<https://www.geeksforgeeks.org/international-marketing-research-meaning-significance-and-process/>

- Сайт РБК: <https://www.rbc.ru/>

12. Маркетинг территорий:

- ЕМИСС – государственная статистика: <https://www.fedstat.ru>
- Научно-образовательный портал IQ – Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»: <https://iq.hse.ru/>
- Некоммерческое партнерство Гильдия Маркетологов: <https://www.marketologi.ru/>
- Сайт Александра Панкрухина: <http://pankrukhin.ru>
- Сайт Министерства экономического развития Российской Федерации: <https://www.economy.gov.ru>
- Студенческий справочник: <https://spravochnick.ru>
- Федеральная служба государственной статистики: <https://rosstat.gov.ru/>
- Энциклопедия маркетинга. Теория и практика. Маркетинговые исследования - сайт по маркетинговой проблематике: www.marketing.spb.ru

5 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МОДУЛЯ

Аудиторные занятия проводятся в специализированных аудиториях с мультимедийным оборудованием, в компьютерных классах, а также в других аудиториях университета согласно расписанию занятий.

Консультации проводятся в соответствии с расписанием консультаций.

Предэкзаменационные консультации проводятся в аудиториях в соответствии с графиком консультаций.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

При освоении модуля используется программное обеспечение общего назначения и специализированное программное обеспечение.

Перечень соответствующих помещений и их оснащения приведен в таблице 7.

Таблица 7 – Материально-техническое обеспечение модуля

Наименование дисциплины	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
Логистика и управление цепями поставок	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 213М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Акустическая система; Доска д/маркеров 100/150; доска для презентаций; проектор ViewSonic PJ5880 , экран, компьютер.	1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU)
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106 М - помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья 4 компьютера с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»
Маркетинговые исследования	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 213М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Акустическая система; Доска д/маркеров 100/150; доска для презентаций; проектор ViewSonic PJ5880 , экран, компьютер.	1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU)
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 405М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Демонстрационное мультимедийное оборудование: компьютер, мультимедиа-проектор, экран	1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU)
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 210М, компьютерный класс - учебная	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты,	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription")

	аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	стулья. 16 компьютеров с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения.	мая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office XP Professional (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU)
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106 М - помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья 4 компьютера с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»
Бизнес-планирование	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 302М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья.	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 304М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Демонстрационное мультимедийное оборудование: мультимедиа-проектор, экран	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106 М - помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья 4 компьютера с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»

Инструменты маркетинговых коммуникаций	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 414М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК № 2, ауд. 415М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106 М - помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья 4 компьютера с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»
Маркетинг инноваций	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 213М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Акустическая система; Доска д/маркеров 100/150; доска для презентаций; проектор ViewSonic PJ5880 , экран, компьютер.	1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU)
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 324М, компьютерный класс - учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. 14 компьютеров с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2007 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. Программное обеспечение бухгалтерского и

			кадрового учета: 1С Предприятие 8:3 6. Компьютерная модель «Альт-Инвест Прим» 7. Компьютерная деловая игра "БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс"
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106 М - помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья 4 компьютера с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»
Маркетинговый анализ	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 414М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 107М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья.	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 210М, компьютерный класс - учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. 16 компьютеров с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения.	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office XP Professional (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU)
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106 М - помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья 4 компьютера с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электрон-	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016

		ную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	(получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»
Маркетинг услуг	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 312М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья.	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106 М - помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья 4 компьютера с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»
Интернет-маркетинг	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 213М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Акустическая система; Доска д/маркеров 100/150; доска для презентаций; проектор ViewSonic PJ5880 , экран, компьютер.	1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU)
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 413М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Проектор Epson EB S-82 в комплекте с экраном.	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106 М - помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья 4 компьютера с подключением к сети Ин-	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription")

		тернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»
Управление результативностью	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 219М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Демонстрационное мультимедийное оборудование: мультимедийный проектор, экран.	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 324М, компьютерный класс - учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. 14 компьютеров с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2007 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. Программное обеспечение бухгалтерского и кадрового учета: 1С Предприятие 8:3 6. Компьютерная модель «Альт-Инвест Прим» 7. Компьютерная деловая игра "БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс"
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106 М - помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья 4 компьютера с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»
Бизнес-аналитика как инструмент управления	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 219М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья.	

	занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Демонстрационное мультимедийное оборудование: мультимедийный проектор, экран.	
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 324М, компьютерный класс - учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. 14 компьютеров с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2007 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. Программное обеспечение бухгалтерского и кадрового учета: 1С Предприятие 8:3 6. Компьютерная модель «Альт-Инвест Прим» 7. Компьютерная деловая игра "БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс"
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106 М - помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья 4 компьютера с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»
Международный маркетинг	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 213М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Акустическая система; Доска д/маркеров 100/150; доска для презентаций; проектор ViewSonic PJ5880 , экран, компьютер.	1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU)
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 222М, компьютерный класс - учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. 10 компьютеров с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office 10 Profes-

	промежуточной аттестации	образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения.	sional (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. Программное обеспечение бухгалтерского и кадрового учета: 1С Предприятие 8:3 6. «Альт-Инвест Прим» компьютерная модель, предназначенная для проведения экспресс-оценки инвестиционных проектов, «Альт-Финансы» анализ финансового состояния предприятия
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106 М - помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья 4 компьютера с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 219М - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. Демонстрационное мультимедийное оборудование: мультимедийный проектор, экран.	
Маркетинг территорий	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 222М, компьютерный класс - учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья. 10 компьютеров с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения.	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 7 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office 10 Professional (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. Программное обеспечение бухгалтерского и кадрового учета: 1С Предприятие 8:3 6. «Альт-Инвест Прим» компьютерная модель, предназначенная для проведения экспресс-

			оценки инвестиционных проектов, «Альт-Финансы» анализ финансового состояния предприятия
	г. Калининград, Малый переулок, 32, УК №2, ауд. 106 М - помещение для самостоятельной работы	Специализированная (учебная) мебель - учебная доска, стол преподавателя, парты, стулья 4 компьютера с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, комплект лицензионного программного обеспечения	Типовое ПО на всех ПК 1. Операционная система Windows 10 (получаемая по программе Microsoft "Open Value Subscription") 2. Офисное приложение MS Office Standard 2016 (получаемое по программе Microsoft "Open Value Subscription") 3. Kaspersky Endpoint Security 4. Google Chrome (GNU) 5. САБ Ирбис 64 6. КонсультантПлюс»

6 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ, СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения дисциплин модуля (в т.ч. в процессе освоения), а также методические материалы, определяющие процедуры этой оценки приводятся в приложении к рабочей программе модуля (утверждается отдельно).

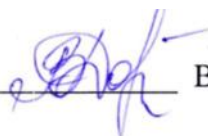
Оценивание результатов обучения может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

7 СВЕДЕНИЯ О РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ И ЕЕ СОГЛАСОВАНИИ

Рабочая программа модуля «Профессиональный модуль» представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент, профиль «Маркетинговая аналитика».

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента (протокол № 11 от 14.05.2024 г.).

Заведующий кафедрой


В. В. Дорофеева

Директор института


А.Г. Мнацаканян