



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
<p>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</p>	<p>Логистика и управление цепями поставок</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нормативные правовые акты, регулирующие сферу логистики на предприятиях, различной отраслевой направленности;</li> <li>- условия и варианты надежного и экономически целесообразного обеспечения ресурсами предприятий, в соответствии с планами производства или продаж предприятий, разных направлений деятельности;</li> <li>- методы анализа и оптимизации использования материальных, финансовых, сервисных и информационных ресурсов, а также оценки эффективности логистической деятельности предприятий;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и специализированную информацию, содержащуюся в отчетности организации, и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений в сфере логистики;</li> <li>- методические материалы по планированию, учету и анализу логистической деятельности организации;</li> <li>- рассчитывать экономические и финансово-экономические показатели, характеризующие логистическую деятельность организации;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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;</li> <li>- навыками определения экономической эффективности организации логистической деятельности предприятий.</li> </ul>
<p>ПК-1: Способен организовывать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса</p>	<p>Маркетинговые исследования</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы проведения маркетингового исследования;</li> <li>- методы анализа данных.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять постановку задач исследования исходя из целей, выявлен-</li> </ul>

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
<p>маркетинга, разрабатывать обоснованные управленческие решения, участвовать в реализации проектов по развитию организации</p>		<p>ных проблем и возможностей, с учетом особенностей стратегии взаимоотношений с клиентами;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;</li> <li>- подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования;</li> <li>- систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками составления технического задания для выполнения маркетингового исследования;</li> <li>- проведения маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;</li> <li>- навыками формирования отчета по результатам маркетингового исследования.</li> </ul>
<p>ПК-1: Способен организовывать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга, разрабатывать обоснованные управленческие решения, участвовать в реализации проектов по развитию организации</p>	<p>Бизнес-планирование</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы системного анализа;</li> <li>- основы управления инновационными проектами;</li> <li>- порядок разработки бизнес-планов организации в соответствии с отраслевой направленностью;</li> <li>- методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием вычислительной техники;</li> <li>- методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- предварительно анализировать проблемы и прогнозировать возможности оптимального решения стандартных и нестандартных задач в условиях неопределенности;</li> <li>- работать со специализированными программами для сбора информации и инструментами прогнозирования;</li> </ul>

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
		<ul style="list-style-type: none"> <li>– предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;</li> <li>- давать рекомендации по разработке новых продуктов, решающих проблемы клиентов;</li> <li>– собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками выявления проблем и формулирования целей исследования (бизнес-идеи);</li> <li>– навыками подготовки отчетов и рекомендаций в виде бизнес-плана по результатам маркетинговых исследований;</li> <li>– навыком планирования и организации сбора первичной и вторичной информации для целей бизнес-планирования;</li> <li>- навыком проведение расчетов экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов.</li> </ul>
<p>ПК-1: Способен организовывать и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга, разрабатывать обоснованные управленческие решения, участвовать в реализации проектов по развитию организации</p>	<p>Инструменты маркетинговых коммуникаций</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы маркетинга, маркетинга взаимоотношений с клиентами, внутреннего маркетинга;</li> <li>- нормативные правовые акты, регулирующие рекламную деятельность;</li> <li>- основы психологии общения с потребителями деловых и конечных рынков;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять методы проведения маркетингового исследования;</li> <li>- систематизировать и обобщать материалы первичной и вторичной маркетинговой информации;</li> <li>- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</li> <li>- проводить маркетинговые исследования разных видов рынков с использованием инструментов комплекса маркетинга;</li> </ul>

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
		<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;</li> <li>- методами планирования и анализа маркетинговой деятельности организации;</li> <li>- методами расчета показателей эффективности и рентабельности системы продвижения в маркетинговой деятельности организации;</li> <li>- методами использования цифровых технологий для проведения маркетинговых интернет-исследований и управления базами маркетинговых и рекламных данных.</li> </ul>
<p>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</p>	<p>Маркетинг инноваций</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теории и методы теоретической и прикладной инноватики;</li> <li>- особенности инновационного процесса и характеристики этапов инновационного цикла;</li> <li>- основы управления поведением потребителей при выводе инноваций на рынок;</li> <li>- маркетинговые инструменты продвижения инноваций с учетом динамизма внешней среды.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать информацию по результатам диагностики среды и разрабатывать организационно -экономические решения в области продвижения инноваций;</li> <li>- проводить мониторинг изменения данных для проведения расчетов экономических показателей организации при внедрении инноваций;</li> <li>- использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками выполнение расчетов по материальным, трудовым и финансовым затратам, необходимых для освоения новых видов продукции, производимых услуг;</li> <li>- навыками использования автоматизированных систем сбора и обра-</li> </ul>

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
		ботки экономической информации о состоянии инновационного потенциала и инновационного климата.
<p>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</p>	<p>Маркетинговый анализ</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность;</li> <li>- методы выявления проблем и определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;</li> <li>- способы поиска первичной и вторичной маркетинговой информации, и методы анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять методы сбора, хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;</li> <li>- определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;</li> <li>- 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;</li> <li>- работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками проведения маркетингового анализа с использованием инструментов комплекса маркетинга и цифровых технологий;</li> <li>- навыками создания и воспроизводства видеороликов, презентаций, слайд-шоу, медиафайлов и итоговой продукции из исходных аудиокомпонентов, визуальных и мультимедийных компонентов;</li> <li>- методами использования цифровых технологий для проведения маркетинговых интернет-исследований и управления большими базами маркетинговых данных.</li> </ul>
<p>ПК-2: Способен соби-</p>	<p>Маркетинг услуг</p>	<p><b>Знать:</b></p>

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
<p>рять, 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</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- основы маркетинга услуг, маркетинга взаимоотношений с клиентами, внутреннего маркетинга;</li> <li>- особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг;</li> <li>- методы, инструменты и цифровые технологии оценки клиентского опыта;</li> <li>- методы сбора, обработки, систематизации и оценки маркетинговой и экономической информации по результатам анализа внешней и внутренней среды сервисной организации, с использованием вычислительной техники.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- давать рекомендации по улучшению качества обслуживания клиентов и совершенствованию стандартов сервиса;</li> <li>- формировать аналитические отчеты о состоянии и динамике развития рынков товаров и услуг, используя цифровые технологии;</li> <li>- 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;</li> <li>- предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности сервисной организации.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-инструментарием маркетинговых исследований, позволяющим обосновывать организационно-управленческие решения для предприятий сферы услуг;</li> <li>- навыками формирования предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности сервисной организации;</li> <li>- навыками осуществления маркетинговых коммуникаций с внешними и внутренними потребителями сервисной организации и оценки их эффективности.</li> </ul>
<p>ПК-2: Способен собирать, систематизировать</p>	<p>Интернет-маркетинг</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- базовые инструменты интернет-маркетинга;</li> </ul>

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		<ul style="list-style-type: none"> <li>- методы использования цифровых технологий для проведения маркетинговых интернет-исследований;</li> <li>- правила создания текстового и графического контента для размещения в сети Интернет;</li> <li>- метрики на этапах маркетинговой воронки и для оценки эффективности интернет-маркетинга.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить маркетинговые интернет-исследования с использованием цифровых технологий;</li> <li>- создавать и публиковать мультимедиа контент в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- выбирать эффективные каналы продвижения в интернет-пространстве;</li> <li>- самостоятельно настраивать контекстную рекламу.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения в интернет-пространстве;</li> <li>- навыками расчёта маркетинговых метрик и базовыми инструментами интернет-маркетинговой аналитики;</li> <li>- инструментами создания сайтов и наполнения его нужным контентом, поиска ключевых слов, работы в соцсетях.</li> </ul>
	<b>Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)</b>	
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	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нормативные правовые акты, регулирующие производственно-хозяйственную деятельность организации;</li> <li>- методы и инструменты сбора и анализа информации для планирования и организации процессов производства и формирования возможных управленческих решений</li> <li>- способы оценки эффективности каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем использования ресурсов и ожидаемой ценностью;</li> </ul>

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
<p>вития рынков товаров и услуг, используя цифровые технологии</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- основы внедрения или усовершенствования кросс-функциональных процессов, или административных регламентов организации</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать обоснованные решения по управлению процессами планирования и организации производства;</li> <li>- осуществлять руководство первичным производственным коллективом;</li> <li>- оценивать результативность реализации стратегии производственного предприятия;</li> <li>- определять границы кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструментами расчета влияния внутренних и внешних факторов на результаты деятельности организации;</li> <li>- навыками оформления результатов бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;</li> <li>- навыками моделирования кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации</li> </ul>
<p>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</p>	<p>Бизнес-аналитика как инструмент управления</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы и правила работы с нормативно-методической документацией;</li> <li>- 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);</li> <li>- методы оценки эффективности деятельности;</li> <li>- предметную область и специфику деятельности организации в объеме, достаточном для решения задач бизнес-анализа;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать внутренние/внешние факторы и условия, влияющие на деятельность организации;</li> <li>- разрабатывать, согласовывать и утверждать планы мероприятий, оценивать достижение результатов, разрабатывать корректирующие мероприятия</li> </ul>

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
		<p>для достижения планов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать показатели эффективности и результативности процессов и административных регламентов;</li> <li>- формулировать и обосновывать предложения по повышению эффективности процессов или административных регламентов.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками отбора, применения и адаптации соответствующих методов, инструментов и техник анализа бизнес-ситуации и предметной области, включая методы анализа данных;</li> <li>- навыками сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии информации для бизнес-анализа;</li> </ul>
	<p><b>Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)</b></p>	
<p>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</p>	<p>Международный маркетинг</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нормативные правовые акты, регулирующие международную маркетинговую деятельность;</li> <li>- методы и способы сбора и оценки информации по результатам анализа конкурентоспособности международных компаний, их ресурсного потенциала с использованием цифровых технологий;</li> <li>- методы планирования и контроля в международном маркетинге.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать стратегии, применяемые в международном маркетинге при выводе продукции на экспорт;</li> <li>- формировать аналитические отчеты об эффективности международной маркетинговой деятельности, используя цифровые технологии;</li> <li>- предлагать маркетинговые решения, которые могут привести к совершенствованию международного комплекса маркетинга.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками формирования планов, проектов и стратегий международного маркетинга;</li> <li>- навыками использования инструментария международного маркетинга</li> </ul>

Код и наименование компетенции	Дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
<p>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</p>	<p>Маркетинг территорий</p>	<p>при принятии управленческих решений для экспортных компаний.</p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нормативные правовые акты, регулирующие социально-экономическое развитие территорий и качество жизни населения;</li> <li>- методы и способы сбора и оценки информации по результатам анализа конкурентоспособности территорий, их ресурсного потенциала с использованием цифровых технологий;</li> <li>- методы эффективного позиционирования территорий во внешней среде и формирования положительного имиджа товаров, услуг, бизнеса, населения территорий.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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;</li> <li>- формировать аналитические отчеты о конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности территорий, используя цифровые технологии;</li> <li>- предлагать маркетинговые решения, которые могут привести к повышению конкурентоспособности территорий и формированию их благоприятного имиджа.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками формирования планов, проектов и стратегий развития территорий;</li> <li>- навыками повышения привлекательности территорий, улучшения имиджа товаров, услуг, бизнеса, населения территорий и эффективного продвижения положительного имиджа территорий для внутренних и внешних потребителей.</li> </ul>

## 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 (трудоёмкость 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
<b>Итого по модулю:</b>			<b>53</b>	<b>1908</b>	<b>352</b>		<b>368</b>	<b>69</b>	<b>19,55</b>	<b>786,7</b>	<b>312,75</b>

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	<i>ДЗ</i>	3	<i>108</i>	<i>12</i>		<i>12</i>	<i>20</i>	<i>0,15</i>	<i>63,85</i>	<i>-</i>

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

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	<p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/270020">https://e.lanbook.com/book/270020</a> (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=710178">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=710178</a> (дата обращения: 29.08.2024). – ISBN 978-5-394-05519-5. – Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/404675">https://e.lanbook.com/book/404675</a> (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-7782-4893-9. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/170414">https://e.lanbook.com/book/170414</a> (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-94614-490-2. — Текст : электронный.</p> <p>5. Васильев, Д. И. Управление цепями поставок : учебное пособие / Д. И. Васильев, Г. Г. Левкин, Т. В.</p>	<p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/159912">https://e.lanbook.com/book/159912</a> (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-7410-2355-6. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/175872">https://e.lanbook.com/book/175872</a> (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/188929">https://e.lanbook.com/book/188929</a> (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-7883-1517-1. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=696270">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=696270</a> (дата обращения: 31.08.2024). – ISBN 978-5-7996-2269-5. – Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/421682">https://e.lanbook.com/book/421682</a> (дата обращения: 31.08.2024).</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	<p>Новикова. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 128 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=698751">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=698751</a> (дата обращения: 31.08.2024). – ISBN 978-5-4499-3594-6. – DOI 10.23681/698751. – Текст : электронный.</p>	<p>— 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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=577780">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=577780</a> (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: <a href="https://e.lanbook.com/book/404558">https://e.lanbook.com/book/404558</a> (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-7782-4921-9. — Текст : электронный.</p>
Маркетинговые исследования	<p>1. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=705381">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=705381</a> (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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684403">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684403</a> (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-</p>	<p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=575338">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=575338</a> (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: <a href="https://e.lanbook.com/book/404255">https://e.lanbook.com/book/404255</a> (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.</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	<p>ская. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2023. — 65 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/426038">https://e.lanbook.com/book/426038</a> (дата обращения: 27.08.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/279758">https://e.lanbook.com/book/279758</a> (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-9948-4401-4. — Текст : электронный.</p>	<p>— URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/224552">https://e.lanbook.com/book/224552</a> (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-589009-742-2. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/212726">https://e.lanbook.com/book/212726</a> (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-8114-2824-3. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=703555">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=703555</a> (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-8158-2328-0. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=612517">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=612517</a> (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-85006-183-8. — Текст : электронный.</p>
Бизнес-планирование	<p>1. Стратегическое планирование и бизнес-план : учебное пособие / В. В. Дорофие́нко, Р. В. Ободе́ц, С. В. Захаров, Я. В. Ободе́ц. — Донецк : ДОНАУИГС, 2019. — 302 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/225824">https://e.lanbook.com/book/225824</a> (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-907158-49-8. — Текст :</p>	<p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573394">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573394</a> (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-394-03291-2. — Текст : электронный.</p> <p>2. Глеков, П. М. Бизнес-планирование : учебное пособие / П. М. Глеков, Е. А. Илларионова. — Воронеж : ВЭПИ, 2020. — 120 с.</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	<p>электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/355070">https://e.lanbook.com/book/355070</a> (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-7541-5-1833-8. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=699589">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=699589</a> (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-4499-3600-4. — DOI 10.23681/699589. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/352556">https://e.lanbook.com/book/352556</a> (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-00137-372-8. — Текст : электронный.</p>	<p>— Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/202646">https://e.lanbook.com/book/202646</a> (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-94178-676-3. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=279292">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=279292</a> (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-9614-4548-0. — Текст : электронный.</p> <p>4. Пруэтт, П. Руководство Ernst&amp;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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=81678">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=81678</a> (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-9614-5055-2. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684707">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684707</a> (дата обращения: 11.08.2024). — ISBN 978-5-238-01812-6. — Текст : электронный.</p> <p>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:</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
		<p><a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=708917">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=708917</a> (дата обращения: 11.08.2024). – Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/400355">https://e.lanbook.com/book/400355</a> (дата обращения: 11.08.2024). — Текст : электронный.</p>
Инструменты маркетинговых коммуникаций	<p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=709871">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=709871</a> (дата обращения: 03.09.2024). – ISBN 978-5-394-05623-9. – Текст : электронный.</p> <p>2. Шевченко, Д. А. Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций : учебник / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 268 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=686477">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=686477</a> (дата обращения: 29.08.2024). – ISBN 978-5-4499-3057-6. – DOI 10.23681/686477. – Текст : электронный.</p> <p>3. Шевченко, Д. А. Исследования коммуникации: ATL, BTL, PR : учебник / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 232 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=701345">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=701345</a> (дата обращения: 29.08.2024). – ISBN 978-5-4499-3742-1. – DOI 10.23681/701345. – Текст : электронный.</p>	<p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=708613">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=708613</a> (дата обращения: 29.08.2024). – ISBN 978-5-7972-3042-7. – Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/165048">https://e.lanbook.com/book/165048</a> (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-9795-1709-4. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=698398">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=698398</a> (дата обращения: 29.08.2024). – ISBN 978-5-394-04291-1. – Текст : электронный.</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	<p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/396770">https://e.lanbook.com/book/396770</a> (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-985-516-750-2. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=710041">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=710041</a> (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-394-05111-1. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684408">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684408</a> (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-394-04536-3. — Текст : электронный.</p>	<p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685454">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685454</a> (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-238-02309-0. — Текст : электронный.</p> <p>5. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573190">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573190</a> (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-394-03520-3. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=454124">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=454124</a> (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-394-02257-9. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=697352">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=697352</a> (дата обращения: 29.08.2024). — ISBN 978-5-7996-2942-7. — Текст : электронный.</p> <p>8. Шавардова, Е. Ю. Азбука имиджологии : учебное пособие / Е.</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
		<p>Ю. Шавардова. — Севастополь : СевГУ, 2023. — 184 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/332210">https://e.lanbook.com/book/332210</a> (дата обращения: 29.08.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/301235">https://e.lanbook.com/book/301235</a> (дата обращения: 29.08.2024). — Текст : электронный.</p>
Маркетинг инноваций	<p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=710077">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=710077</a> (дата обращения: 31.08.2024). – ISBN 978-5-394-05283-5. – Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/393668">https://e.lanbook.com/book/393668</a> (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-907513-99-0. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/212726">https://e.lanbook.com/book/212726</a> (дата обращения:</p>	<p>1. Палий, Н. С. Товарная инновационная политика : учебное пособие / Н. С. Палий. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 182 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=599897">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=599897</a> (дата обращения: 31.08.2024). – ISBN 978-5-4499-1702-7. – DOI 10.23681/599897. – Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/416090">https://e.lanbook.com/book/416090</a> (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-00078-725-0. — Текст : электронный.</p> <p>3. Нинштиль, Е. Ю. Международный маркетинг высокотехнологичных продуктов : учебное пособие / Е. Ю. Нинштиль, Т. И. Заяц ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. – 119 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=576429">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=576429</a> (дата обращения: 31.08.2024). – ISBN 975-5-7782-3505-2. – Текст : электронный.</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	<p>31.08.2024). — ISBN 978-5-8114-2824-3. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/213212">https://e.lanbook.com/book/213212</a> (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-8114-3371-1. — Текст : электронный.</p>	<p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=560559">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=560559</a> (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-8158-2072-2. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/167635">https://e.lanbook.com/book/167635</a> (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/147588">https://e.lanbook.com/book/147588</a> (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный.</p>
Маркетинговый анализ	<p>1. Шевченко, Д. А. Маркетинговый анализ : учебник / Д. А. Шевченко. — Москва : Директ-Медиа, 2022. — 220 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=688900">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=688900</a> (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-4499-3164-1. — DOI 10.23681/688900. — Текст : электронный.</p> <p>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:</p>	<p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/171449">https://e.lanbook.com/book/171449</a> (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=279742">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=279742</a> (дата обра-</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	<p><a href="https://e.lanbook.com/book/167588">https://e.lanbook.com/book/167588</a> (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=697013">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=697013</a> (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-394-05282-8. — DOI 10.29030/978-5-394-05282-8-2023. — Текст : электронный.</p> <p>4. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник / Д. А. Шевченко. — Москва : Директ-Медиа, 2023. — 372 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=705381">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=705381</a> (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-4499-3797-1. — DOI 10.23681/705381. — Текст : электронный.</p>	<p>щения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-9614-5016-3. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=567428">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=567428</a> (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-7972-2409-9. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=703334">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=703334</a> (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/175649">https://e.lanbook.com/book/175649</a> (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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:</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
		<p><a href="https://e.lanbook.com/book/170475">https://e.lanbook.com/book/170475</a> (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684403">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684403</a> (дата обращения: 27.08.2024). – ISBN 978-5-394-04587-5. – Текст : электронный.</p>
Маркетинг услуг	<p>1. Шевченко, Д. А. Маркетинг услуг : учебник для вузов / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 192 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=700362">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=700362</a> (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-4499-3613-4. – DOI 10.23681/700362. – Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684412">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684412</a> (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-394-04575-2. – Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/237728">https://e.lanbook.com/book/237728</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-7890-1859-0. — Текст : электронный.</p>	<p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/118544">https://e.lanbook.com/book/118544</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-7782-3207-5. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=577773">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=577773</a> (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-9275-3130-1. – Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684630">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684630</a> (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-238-01578-1. – Текст : электронный.</p> <p>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:</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
		<p><a href="https://e.lanbook.com/book/167596">https://e.lanbook.com/book/167596</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=710033">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=710033</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-394-05009-1. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/403934">https://e.lanbook.com/book/403934</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-00202-438-4. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=690656">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=690656</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-00172-236-6. — Текст : электронный.</p>
Интернет-маркетинг	<p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684274">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684274</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-394-04250-8. — Текст : электронный.</p> <p>2. Кульпин, С. В. Структура и содержание интернет-</p>	<p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/157667">https://e.lanbook.com/book/157667</a> (дата обращения: 31.08.2024). — ISBN 978-5-7638-4010-0. — Текст : электронный.</p> <p>2. Завьялова, Д. 487 хаков для интернет-маркетологов : как получить еще больше трафика и продаж : практическое пособие /</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	<p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=699056">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=699056</a> (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-7996-3027-0. – Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/345998">https://e.lanbook.com/book/345998</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-507-46792-1. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/162823">https://e.lanbook.com/book/162823</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/421451">https://e.lanbook.com/book/421451</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-507-49401-9. — Текст : электронный.</p>	<p>Д. Завьялова ; ред. И. Беличева. – Москва : Альпина Паблишер, 2023. – 512 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=707411">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=707411</a> (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-9614-7739-9. – Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=612517">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=612517</a> (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-85006-183-8. – Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/162182">https://e.lanbook.com/book/162182</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-89789-149-8. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/382766">https://e.lanbook.com/book/382766</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-7339-1963-8. — Текст : электронный.</p> <p>6. Сквиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие для вузов / А. Г. Сквиков. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 260 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/189400">https://e.lanbook.com/book/189400</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-8114-9249-7. — Текст : электронный.</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
		<p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/182388">https://e.lanbook.com/book/182388</a> (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный.</p>
<p>Управление результативностью</p>	<p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/256790">https://e.lanbook.com/book/256790</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>2. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник / Д. А. Шевченко. — Москва : Директ-Медиа, 2023. — 372 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=705381">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=705381</a> (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-4499-3797-1. — DOI 10.23681/705381. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=710101">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=710101</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-394-05444-0. — Текст : электронный.</p> <p>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:</p>	<p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/170475">https://e.lanbook.com/book/170475</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=703334">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=703334</a> (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/175649">https://e.lanbook.com/book/175649</a> (дата обращения: 31.08.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684403">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684403</a> (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-394-04587-5. — Текст : элек-</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	<p><a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=710979">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=710979</a> (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-394-05116-6. – Текст : электронный.</p>	<p>тронный.</p>
<p>Бизнес-аналитика как инструмент управления</p>	<p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/404489">https://e.lanbook.com/book/404489</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-7782-4852-6. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/411728">https://e.lanbook.com/book/411728</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=691189">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=691189</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-9275-3905-5. — Текст : электронный.</p>	<p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=714632">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=714632</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-8158-2354-9. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/336443">https://e.lanbook.com/book/336443</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-7883-1802-8. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/208367">https://e.lanbook.com/book/208367</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-7942-1387-4. — Текст : электронный.</p> <p>4. Кваша, Н. В. Диагностика и анализ экономического состояния предприятия : учебное пособие / Н. В. Кваша, А. В. Исаков, М. Г. Слуцкий. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2022. — 90 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/279251">https://e.lanbook.com/book/279251</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-89160-257-1. — Текст : электронный.</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
		<p>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.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/239999">https://e.lanbook.com/book/239999</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/224552">https://e.lanbook.com/book/224552</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-589009-742-2. — Текст : электронный.</p>
Международный маркетинг	<p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=621659">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=621659</a> (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-394-03802-0. – Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685797">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685797</a> (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-9941-9553-9-6. – Текст : электронный.</p>	<p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/172518">https://e.lanbook.com/book/172518</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>2. Нинштиль, Е. Ю. Международный маркетинг высокотехнологичных продуктов : учебное пособие / Е. Ю. Нинштиль, Т. И. Заяц. — Новосибирск : НГТУ, 2018. — 119 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/118539">https://e.lanbook.com/book/118539</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 975-5-7782-3505-2. — Текст : электронный.</p> <p>3. Клепцова, Л. Н. Международный маркетинг. Практикум : учебное пособие / Л. Н. Клепцова. — Кемерово : КузГТУ имени</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	<p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=615680">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=615680</a> (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-4499-2020-1. – DOI 10.23681/615680. – Текст : электрон-ный.</p>	<p>Т.Ф. Горбачева, 2017. — 149 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/172519">https://e.lanbook.com/book/172519</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/172522">https://e.lanbook.com/book/172522</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=443018">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=443018</a> (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-9614-4835-1. – Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/400259">https://e.lanbook.com/book/400259</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/400283">https://e.lanbook.com/book/400283</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p>
Маркетинг территорий	<p>1. Коломыц, О. Н. Маркетинг территорий : учебное пособие / О. Н. Коломыц, Е. В. Чекменева. — Крас-нодар : КубГТУ, 2023. — 211 с. — Режим доступа:</p>	<p>1. Семилетова, Я. И. Маркетинг территорий : учебное пособие / Я. И. Семилетова. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. — 129 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : элек-</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
	<p>для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/413684">https://e.lanbook.com/book/413684</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-8333-1242-1. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/422351">https://e.lanbook.com/book/422351</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=711211">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=711211</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-7972-3109-7. — Текст : электронный.</p> <p>4. Очилова, Х. Ф. Маркетинг туризма : учебник / Х. Ф. Очилова, М. Амонбоев. — Москва : Директ-Медиа, 2022. — 176 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=689008">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=689008</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-4499-3151-1. — DOI 10.23681/689008. — Текст : электронный.</p>	<p>ронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/162892">https://e.lanbook.com/book/162892</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/406295">https://e.lanbook.com/book/406295</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=683714">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=683714</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-9925-1507-7. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=696284">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=696284</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-7996-2458-3. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/417770">https://e.lanbook.com/book/417770</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-9656-0343-5. — Текст : элек-</p>

Наименование дисциплин	Основная литература	Дополнительная литература
		<p>тронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/161396">https://e.lanbook.com/book/161396</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-9736-0497-4. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=494923">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=494923</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-907003-29-3. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/342158">https://e.lanbook.com/book/342158</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-98710-401-9. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/167636">https://e.lanbook.com/book/167636</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p>

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

Наименование дисциплин	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература

<p>Логистика и управление цепями поставок</p>	<p>«Логистика и управление цепями поставок», «Логистика 360», Логистика и маркетинг»</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>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: <a href="https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Logistika.pdf">https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Logistika.pdf</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</li> <li>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/175877">https://e.lanbook.com/book/175877</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</li> <li>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/130827">https://e.lanbook.com/book/130827</a> (дата обращения: 01.09.2024). — ISBN 978-5-98076-290-2. — Текст : электронный.</li> <li>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471179">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471179</a> (дата обращения: 01.09.2024). – ISBN 978-5-4475-9310-0. – DOI 10.23681/471179. – Текст : электронный.</li> <li>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/173754">https://e.lanbook.com/book/173754</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</li> </ol>
<p>Маркетинговые исследования</p>	<p>«Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинг и логистика», «Экономическая среда»</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>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: <a href="https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.03.02_Marketingovye_issledovaniya_UM_PID.pdf">https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.03.02_Marketingovye_issledovaniya_UM_PID.pdf</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</li> <li>2. Маркетинговые исследования : учебно-методическое пособие / составитель А. В. Куликова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. —</li> </ol>

		<p>70 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/153131">https://e.lanbook.com/book/153131</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>3. Анисеева-Науменко, Л. О. Маркетинговые исследования : учебно-методическое пособие / Л. О. Анисеева-Науменко, О. Г. Евдокимов. — Москва : РУТ (МИИТ), 2021. — 23 с. — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/269510">https://e.lanbook.com/book/269510</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/171162">https://e.lanbook.com/book/171162</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p>
<p>Бизнес-планирование</p>	<p>«Балтийский экономический журнал», «Менеджмент в России и за рубежом», «Финансы»</p>	<p>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: <a href="https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.03.02_Biznes_planirovanie_UMPID.pdf">https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.03.02_Biznes_planirovanie_UMPID.pdf</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/385529">https://e.lanbook.com/book/385529</a> (дата обращения: 13.08.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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 : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/182556">https://e.lanbook.com/book/182556</a> (дата обращения: 13.08.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/366401">https://e.lanbook.com/book/366401</a> (дата обращения: 13.08.2024). — ISBN</p>

		<p>978-5-8285-1188-4. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/126666">https://e.lanbook.com/book/126666</a> (дата обращения: 13.08.2024). — ISBN 978-5-7262-2189-2. — Текст : электронный.</p>
Инструменты маркетинговых коммуникаций	«Маркетинг в России и за рубежом»	<p>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: <a href="https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Osnovy_marketingovykh_kommunikaciy.pdf">https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Osnovy_marketingovykh_kommunikaciy.pdf</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/183730">https://e.lanbook.com/book/183730</a> (дата обращения: 27.08.2024). — ISBN 978-5-8114-9035-6. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/170866">https://e.lanbook.com/book/170866</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>4. Моисеева, В. Г. Рекламная деятельность : учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для бакалавриата по направлению подгот. 38.03.02 Менеджмент, модуль "Маркетинг" / В. Г. Моисеева ; Калинингр. гос. техн. ун-т. - Калининград : КГТУ, 2023. - 84, [1] с. - Текст : непосредственный.</p> <p>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.</p>
Маркетинг инноваций	«Инновации», «Маркетинг в России и за рубежом», «Практический маркетинг»	<p>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</p>

		<p>ФГБОУ ВО «КГТУ», 2023. - 106 с. - URL: <a href="https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Innovacionnyy_marketing.pdf">https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Innovacionnyy_marketing.pdf</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=703216">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=703216</a> (дата обращения: 01.09.2024). – Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/139916">https://e.lanbook.com/book/139916</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>5. Распоряжение Правительства РФ от 20.05.2023 N 1315-р &lt;Об утверждении Концепции технологического развития на период до 2030 года&gt; (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.</p> <p>6. Федеральный закон от 04.08.2023 N 478-ФЗ "О развитии технологических компаний в Российской Федерации" (в действующей редакции). - Режим доступа: для авториз. пользователей из справ.-правовой системы КонсультантПлюс. – Текст: электронный.</p>
<p>Маркетинговый анализ</p>	<p>«Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Практический маркетинг»</p>	<p>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.</p> <p>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.</p>

		<p>— URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/246524">https://e.lanbook.com/book/246524</a> (дата обращения: 02.09.2024). — ISBN 978-5-94047-832-4. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.03.02_Marketingovye_issledovaniya_UM_PID.pdf">https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.03.02_Marketingovye_issledovaniya_UM_PID.pdf</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/171162">https://e.lanbook.com/book/171162</a> (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный.</p>
Маркетинг услуг	«Балтийский экономический журнал», «Маркетинг», «Практический маркетинг»	<p>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: <a href="https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Marketing_uslug.pdf">https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Marketing_uslug.pdf</a> (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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 рыболовству, Калинингр. гос. техн. ун-т, Балт. гос. акад. рыбопромыслового флота ; сост. Е. С. Енина. - Калининград : БГАРФ, 2016. - Режим доступа: для авторизир. пользователей. - URL: <a href="http://lib.klgtu.ru/web/index.php">http://lib.klgtu.ru/web/index.php</a> (дата обращения 23.08.2024). - Текст: электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/215039">https://e.lanbook.com/book/215039</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p>
Интернет-маркетинг	«Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Практический маркетинг»	<p>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 госу-</p>

		<p>дарственный технический университет», 2022. - 39 с. - URL: <a href="https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.03.02_Internet_marketing_UMPID_Enina.pdf">https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.03.02_Internet_marketing_UMPID_Enina.pdf</a> (дата обращения: 01.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/419612">https://e.lanbook.com/book/419612</a> (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/385556">https://e.lanbook.com/book/385556</a> (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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 КонсультантПлюс. — Текст: электронный.</p> <p>5. Федеральный закон от 07.07.2003 N 126-ФЗ "О связи" (в действующей редакции). - Режим доступа: для авториз. пользователей из справ.-правовой системы КонсультантПлюс. — Текст: электронный.</p>
<p>Управление результативностью</p>	<p>«Балтийский экономический журнал», «Маркетинг в России и за рубежом», «ЭКО»</p>	<p>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: <a href="https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.04.02_UM_Ekonomicheskoe_obosnovanie_marketingovykh_resheniy-UMPID.pdf">https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.04.02_UM_Ekonomicheskoe_obosnovanie_marketingovykh_resheniy-UMPID.pdf</a> (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Upravlenie_marketingom.pdf">https://www.klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Upravlenie_marketingom.pdf</a> (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>3. Управление маркетингом : метод. указания по выполнению контрол. работы</p>

		<p>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.</p>
<p>Бизнес-аналитика как инструмент управления</p>	<p>«Балтийский экономический журнал», «Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы», «Финансовая аналитика: проблемы и решения», «Менеджмент и бизнес-администрирование»</p>	<p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/407678">https://e.lanbook.com/book/407678</a> (дата обращения: 02.09.2024). — ISBN 978-5-8259-1363-6. — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=616892">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=616892</a> (дата обращения: 02.09.2024). — ISBN 978-5-7972-2763-2. — Текст : электронный.</p> <p>3. Коноплина, Ю. С. Управление продуктом : учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для студентов, обучающихся в бакалавриате по направлению подгот. 38.03.02 – Менеджмент / Ю. С. Коноплина ; Калинингр. гос. техн. ун-т. - Калининград : КГТУ, 2023. - 76, [1] с. - Текст : непосредственный.</p> <p>4. Коноплина, 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. Коноплина ; Калинингр. гос. техн. ун-т. - Калининград : КГТУ, 2023. - 49, [1] с. - Текст : непосредственный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/330701">https://e.lanbook.com/book/330701</a> (дата обращения: 02.09.2024). — ISBN 978-5-7882-3096-2. — Текст : электронный.</p>
<p>Международный маркетинг</p>	<p>«Маркетинг в России и за рубежом», «Балтийский экономический журнал»</p>	<p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/246524">https://e.lanbook.com/book/246524</a> (дата обращения: 02.09.2024). — ISBN 978-5-94047-832-4. — Текст : электронный.</p>

		<p>2. Коноплина, Ю. С. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учеб.-метод. пособие по изучению дисциплины для бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент / Ю. С. Коноплина. – Калининград: Изд-во ФГБОУ ВО «КГТУ», 2022. – 123 с. - URL: <a href="https://klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Vneshneekonomicheskaya_deyatelnosty_predpriyatiya.pdf">https://klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Vneshneekonomicheskaya_deyatelnosty_predpriyatiya.pdf</a> (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.03.02_UMP_KR_Vneshneekonomicheskaya_deyatelnosty_predpriyatiya.pdf">https://klgtu.ru/vikon/sveden/files/38.03.02_UMP_KR_Vneshneekonomicheskaya_deyatelnosty_predpriyatiya.pdf</a> (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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-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: <a href="http://lib.klgtu.ru/web/index.php">http://lib.klgtu.ru/web/index.php</a> (дата обращения 08.08.2024). - Текст: электронный.</p>
<p>Маркетинг территорий</p>	<p>«Маркетинг в России и за рубежом», «Региональная экономика: теория и практика», «Региональная экономика и управление : электронный научный журнал»</p>	<p>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: <a href="https://klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Marketing_territoriy.pdf">https://klgtu.ru/vikon/sveden/files/UMP_Marketing_territoriy.pdf</a> (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/162892">https://e.lanbook.com/book/162892</a> (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : электронный.</p> <p>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: <a href="https://e.lanbook.com/book/111940">https://e.lanbook.com/book/111940</a> (дата обращения: 02.09.2024). — Текст : элек-</p>

		<p>тронный.</p> <p>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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=686533">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=686533</a> (дата обращения: 20.08.2024). – ISBN 978-5-4499-3035-4. – DOI 10.23681/686533. – Текст : электронный.</p> <p>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 подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=621187">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=621187</a> (дата обращения: 20.08.2024). – Текст : электронный.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
--	--	--

## **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/](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](http://www.market-agency.ru)

- ARTWELL системный агрегатор: [https://www.artwell.ru/services/marketing\\_research/](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/](https://www.cbr.ru/ec_research/)

### **3. Инструменты маркетинговых коммуникаций:**

- Гарант: информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Электрон. дан.: [www.garant.ru](http://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](http://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](http://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](http://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/](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](http://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](http://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/](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/](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](http://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 размещен на официальном сайте университета в информационно - телекоммуникационной сети Интернет.

## **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. Мнацканян