

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 12.09.2023 20:39:51
Университетская программа: ИМ
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и управления
Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ Л.И. Задорожная
« ____ » _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

**Б1.В.ДВ.04.02 Маркетинговые технологии
проектного бизнеса**

по направлению подготовки
по профилю подготовки (специализации)
квалификация (степень) выпускника
форма обучения
год начала подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
бакалавр
Очная, Заочная,
2023

Майкоп



Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Составитель рабочей программы:

доцент кафедры маркетинга,
сервиса и туризма, доц., канд.
экон. наук
(должность, ученое звание, степень)

Подписано простой ЭП
25.08.2023

Ханахок Зарема Аюбовна

(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:

Маркетинга, сервиса и туризма
(название кафедры)

Заведующий кафедрой:
25.08.2023

Подписано простой ЭП
25.08.2023
(подпись)

Кумпилова Анжелика
Руслановна
(Ф.И.О.)

Согласовано:

Руководитель ОПОП
заведующий выпускающей
кафедрой
по направлению подготовки
(специальности)
25.08.2023

Подписано простой ЭП
25.08.2023
(подпись)

Кумпилова Анжелика
Руслановна
(Ф.И.О.)

Согласовано:

НБ МГТУ

(название подразделения)

31.08.2023

Подписано простой ЭП
31.08.2023
(подпись)

И. Б. Берберьян

(Ф.И.О.)



1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Маркетинговые технологии проектного бизнеса» является формирование у слушателей профессионального представления о деятельности хозяйствующих субъектов в области маркетинга в сфере управления проектами, а также формирование у них практических навыков разработки и маркетинга проектов. Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- усвоение роли грамотной организации проектной деятельности для эффективного решения профессиональных задач различной сложности;

- изучение основ, методов и технологий планирования и реализации проектной деятельности;

- применение инновационных креативных технологий и методик для создания и совершенствования творческих идей;

- выработка навыков правильного оформления готового проекта для презентации.



2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

Дисциплина «Маркетинговые технологии проектного бизнеса» относится к дисциплинам по выбору. Она имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами: «Инновационные технологии в рекламе», «Организация рекламных и PR-кампаний», «Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта», «Рекламная деятельность в Интернете» «Консалтинг в связях с общественностью», «Основы маркетинга».



3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

ПКУВ-4.1	Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ
ПКУВ-4.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
УК-2.1	Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством
УК-2.2	Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм
УК-2.3	Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время
УК-2.4	Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта



4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	з.е.
			За	Лек	Пр	СРП		
Курс 3	Сем. 6	1	17	17	0.25	37.75	72	2
Курс 4	Сем. 7	1	17	17	0.25	37.75	72	2

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий					Итого часов	з.е.
			За	Лек	Пр	КРАТ	Контроль		
Курс 3	Сем. 6	1	2	6	0.25	3.75	60	72	4
Курс 4	Сем. 7	1	2	6	0.25	3.75	60	72	4



5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Недел я семе стра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоёмкость (в часах)								Формы текущего/проме жуточной контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
6	Современные маркетинговые исследования в проектном бизнесе.	1-4	4		4				8		Обсуждение докладов Блиц-опрос
6	Сегментирование, таргетирование, позиционирование.	5-8	4		4				8		Обсуждение докладов Блиц-опрос
6	Аналитические инструменты маркетинга в проектном бизнесе.	9-12	4		4				8		Обсуждение докладов Блиц-опрос
6	Маркетинговые стратегии в современной конкурентной среде.	13-15	2		2				8		Обсуждение докладов Блиц-опрос
6	Маркетинг-микс: товарная политика, ценовая политика, современные технологии продаж.	16	3		3				5,75		Обсуждение докладов Блиц-опрос
6	Промежуточная аттестация	17				0,25					
7	Маркетинг-микс: традиционные и новые маркетинговые коммуникации, специфические особенности политики продвижения в проектном бизнесе.	1-4	4		4				8		Обсуждение докладов Блиц-опрос
7	Интернет-маркетинг как технология проектного бизнеса.	5-8	4		4				8		Обсуждение докладов Блиц-опрос
7	Брендинг как технология проектного бизнеса..	9-12	4		4				8		Обсуждение докладов Блиц-опрос
7	Технологии оформления проекта	13-15	2		2				8		Обсуждение докладов Блиц-опрос
7	Технологии публичного представления проекта	16	3		3				5,75		Обсуждение докладов Блиц-опрос
7	Промежуточная аттестация	17				0,25					
	ИТОГО:		34		34	0.5			75.5		

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контроль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
6	Современные маркетинговые исследования в проектном бизнесе.			2				15	
6	Сегментирование, таргетирование, позиционирование.			2				15	
6	Аналитические инструменты маркетинга в проектном бизнесе.			2				15	
6	Маркетинговые стратегии в современной конкурентной среде.			2				15	
6	Промежуточная аттестация					0,25	3,75		
7	Маркетинг-микс: традиционные и новые маркетинговые коммуникации, специфические особенности политики продвижения в проектном бизнесе.			2				15	
7	Интернет-маркетинг как технология проектного бизнеса.			2				15	
7	Брендинг как технология проектного бизнеса..			2				15	
7	Технологии оформления проекта			2				15	
7	Промежуточная аттестация					0,25	3,75		
	ИТОГО:	4		12		0.5	7.5	120	

5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Маркетинговые технологии проектного бизнеса», образовательные технологии

Лекционный курс

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
6	Современные маркетинговые исследования в проектном бизнесе.	4			Основные цели маркетинговых исследований. Организация маркетингового исследования. Объекты и субъекты маркетинговых исследований. Методы маркетингового исследования. Этапы маркетингового исследования. Виды информации и методы ее сбора. Шкалы измерений. Анализ данных. Подготовка отчета и презентации.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4;	Знать: основные цели маркетинговых исследований; Уметь: налаживать вертикальные и горизонтальные связи при реализации проекта; владеть: технологией сбора и обработки информации необходимой для реализации проекта информации.	Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
6	Сегментирование, таргетирование, позиционирование.	4			Современная теория потребностей. Сегментация рынка: цель и механизм осуществления. Принципы, цели и задачи рыночной сегментации и позиционирования компании на рынках B2B, B2C, C2C. Особенности деятельности компании на рынке B2B. Классификация потребителей и основные характеристики покупателя. Мотивация потребителя и факторы, влияющие на покупательское поведение. Процесс выбора товара потребителем и принятия	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4;	Знать: современную теорию потребностей; Уметь: анализировать факторы, влияющие на потенциальных потребителей проекта; владеть: технологией сбора и обработки информации необходимой для реализации проекта информации;	Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
6	Аналитические инструменты маркетинга в проектном бизнесе.	4			решения о покупке. SWOT-анализ. PEST-анализ Матрица БКГ. Матрица Маккензи. Матрица Ансоффа. Матрица внешних приобретений. Продуктово-рыночная матрица. Анализ 5 сил Портера.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4;	Знать категорийно-понятийный аппарат современной концепции маркетинга проектов; Уметь: проводить анализ поставленной цели проекта и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, Владеть: аналитическими инструментами маркетинга.	Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
6	Маркетинговые стратегии в современной конкурентной среде.	2			Стратегический процесс. Конкурентоспособность как основа стратегии маркетинга. Виды стратегий: базовые стратегии М. Портера, стратегии роста, конкурентные стратегии. Анализ отрасли, конкурентов, конкурентных преимуществ. Бенчмаркинг. Маркетинговые войны.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4;	Знать категорийно-понятийный аппарат современной концепции реализации проектов; Уметь: анализировать конкурентную среду по проекту, Владеть: технологией разработки и реализации проектов.	Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
6	Маркетинг-микс: товарная политика, ценовая политика, современные технологии продаж.	3			Понятие товара в системе маркетинга. Подходы к классификации товаров и услуг. Классификация товаров по назначению, срокам и характеру изготовления и потребления. Качество и конкурентоспособность товара. Жизненный цикл товара. Маркетинг новой продукции. Структура и виды цен. Ценовая политика. Факторы ценообразования. Спрос как фактор ценообразования. Ценовая эластичность спроса. Цены и потребительское качество. Стратегии	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4;	Знать категорийно-понятийный аппарат современной концепции реализации проектов; Уметь: проводить анализ поставленной цели проекта и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, Владеть: современными технологиями продаж.	Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					фирм, связанные с реализацией нового продукта. Стратегии ценообразования. Методы ценообразования, ориентированные на спрос. Сущность и функции товародвижения и сбыта. Каналы сбыта: виды, выбор, построение и управление. Логистика. Маркетинг закупок. Маркетинг продаж. Типовые варианты построения отделов продаж. Многоуровневой маркетинг. Трейд-маркетинг. Система CRM.			
6	Промежуточная аттестация						Знать: Уметь: Владеть:	
7	Маркетинг-микс: традиционные и новые маркетинговые коммуникации, специфические особенности политики продвижения в проектном бизнесе.	4			Маркетинг-микс: традиционные и новые маркетинговые коммуникации, специфические особенности политики продвижения	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4;	Знать категорийно-понятийный аппарат современной концепции реализации проектов; Уметь: выделять специфические особенности политики продвижения в проектном бизнесе, владеть: технологией разработки и реализации проектов.	Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
7	Интернет-маркетинг как технология проектного бизнеса.	4			Особенности стимулирования сбыта и перспективы развития рекламы в Интернете. Интернет-маркетинг территорий. Инструменты Интернет-маркетинга. Формы монетизации интернет-проектов. Анализ и выбор показателей эффективности разных видов в Интернете.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4;	Знать категорийно-понятийный аппарат современной концепции реализации проектов; Уметь: применять интернет технологии для продвижения проектов, владеть: технологией разработки и реализации проектов.	Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
7	Брендинг как технология проектного бизнеса..	4			Понятие бренда. Соотношение понятий бренд, торговая марка, товарный знак.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4;	Знать категорийно-понятийный аппарат современной концепции реализации проектов;	Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					Идентичность бренда. Содержание бренда как коммуникационный процесс. Символы потребления. Отношение потребителя и бренда. Бренд на рынках B2C и B2B, значимость бренда для различных типов рынков. Отличия бренда от товарной марки и товарного знака. Понятие «ценности» бренда. Классификация брендов. Жизненный цикл бренда. История развития брендинга. Упаковка как элемент брендинга. Нейминг. Защита интеллектуальной собственности. Эмоциональные и рациональные преимущества бренда. Лояльность бренду. Марочный капитал. Управление брендом в Интернете.		Уметь: управлять портфелем бренда, владеть: технологией разработки и реализации проектов.	
7	Технологии оформления проекта	2			Подготовка проектной документации; проектирование организационных мероприятий по реализации проекта; утверждение проекта; распределение заданий проекта по соответствующим планам; составление координационных планов решения проблемы на ближайший период; подготовка заказ-нарядов на проведение работ.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4;	Знать: проектную документацию; Уметь: проводить анализ поставленной цели проекта и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, владеть: технологией разработки и реализации проектов.	Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
7	Технологии публичного представления проекта	3			Финальная конференция. Отчет по проекту. Презентация проекта. Структура и содержание	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4;	Знать: методики оценки эффективности планирования по направлениям проекта,	Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					<p>проекта. Общие требования к проекту: актуальность, целевая направленность, аналитическая обработка эмпирических данных по проектной тематике, конкретные вы-воды. Продукт проекта: письменный отчет, презентация. Содержание письменного отчета. Программа проекта. Разделы программы: формулировка проблемной ситуации, цель проекта, участники, структура и содержание проекта, информационное обеспечение проекта. Подготовка презентации и защита проекта. Вопросы, обязательные для отражения в презентации проекта. Композиционное построение до-клада. Критерии оценивания проектной деятельности.</p>		<p>качественные и количественные показатели эффективности проекта, принципы и методы организации проектной деятельности в СО; Уметь: оценивать материальное и финансовое положение предприятия в соответствии с достижением поставленных целей; разработать бизнес-план любого проекта; рассчитать эффективность любого проекта. владеть: навыками представления проекта.</p>	
7	Промежуточная аттестация						Знать: Уметь: Владеть:	
	ИТОГО:	34	4					

5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
6	Современные маркетинговые исследования в проектном бизнесе.	Организация маркетингового исследования. Объекты и субъекты маркетинговых исследований. Методы маркетингового исследования.	4	2	
6	Сегментирование, таргетирование, позиционирование.	Принципы, цели и задачи рыночной сегментации и позиционирования компании на рынках B2B, B2C, C2C. Особенности деятельности компании на рынке B2B. Классификация потребителей и основные характеристики покупателя	4	2	
6	Аналитические инструменты маркетинга в проектном бизнесе.	SWOT-анализ. PEST-анализ. Матрица БКГ. Матрица Маккензи. Матрица Ансоффа.	4	2	
6	Маркетинговые стратегии в современной конкурентной среде.	Жизненный цикл товара. Маркетинг новой продукции. Структура и виды цен. Ценовая политика. Факторы ценообразования. Спрос как фактор ценообразования. Ценовая эластичность спроса. Цены и потребительское качество.	2	2	
6	Маркетинг-микс: товарная политика, ценовая политика, современные технологии продаж.	Понятие и содержание проектной деятельности	3		
6	Промежуточная аттестация				
7	Маркетинг-микс: традиционные и новые маркетинговые коммуникации, специфические особенности политики продвижения в проектном бизнесе.	Маркетинг-микс: традиционные и новые маркетинговые коммуникации, специфические особенности политики продвижения	4	2	
7	Интернет-маркетинг как технология проектного бизнеса.	Интернет-маркетинг территорий. Инструменты Интернет-маркетинга.	4	2	
7	Брендинг как технология проектного бизнеса..	Понятие бренда. Соотношение понятий бренд, торговая марка, товарный знак. Идентичность бренда.	4	2	
7	Технологии оформления проекта	Подготовка проектной документации; проектирование организационных мероприятий по реализации проекта; утверждение проекта.	2	2	
7	Технологии публичного представления проекта	Структура и содержание проекта. Общие требования к проекту: актуальность, целевая направленность, аналитическая обработка эмпирических данных по проектной тематике, конкретные выводы.	3		
7	Промежуточная аттестация				
	ИТОГО:		34	12	

Симуляционные занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.6. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

5.8. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
6	Современные маркетинговые исследования в проектном бизнесе.	Организация маркетингового исследования. Объекты и субъекты маркетинговых исследований. Методы маркетингового исследования.	1-4	8	15	
6	Сегментирование, таргетирование, позиционирование.	Принципы, цели и задачи рыночной сегментации и позиционирования компании на рынках B2B, B2C, C2C. Особенности деятельности компании на рынке B2B. Классификация потребителей и основные характеристики покупателя	5-8	8	15	
6	Аналитические инструменты маркетинга в проектном бизнесе.	SWOT-анализ. PEST-анализ. Матрица БКГ. Матрица Маккензи. Матрица Ансоффа	9-12	8	15	
6	Маркетинговые стратегии в современной конкурентной среде.	Жизненный цикл то-вара. Маркетинг но-вой продукции. Структура и виды цен. Ценовая политика. Факторы ценообразования. Спрос как фак-тор ценообразования. Ценовая эластичность спроса. Цены и потребительское качество.	13-15	8	15	
6	Маркетинг-микс: товарная политика, ценовая политика, современные технологии продаж.	Понятие и содержание проектной деятельности	16	6		
6	Промежуточная аттестация					
7	Маркетинг-микс: традиционные и новые маркетинговые коммуникации, специфические особенности политики продвижения в проектном бизнесе.	Маркетинг-микс: традиционные и новые маркетинговые коммуникации, специфические особенности политики продвижения	1-4	8	15	
7	Интернет-маркетинг как технология проектного бизнеса.	Интернет-маркетинг территорий. Инструменты Интернет-маркетинга. Формы монетизации интернет-проектов.	5-8	8	15	
7	Брендинг как технология проектного бизнеса..	Понятие бренда. Соотношение понятий бренд, торговая марка, товарный знак. Идентичность бренда.	9-12	8	15	
7	Технологии оформления проекта	Подготовка проектной документации; проектирование организационных мероприятий по реализации проекта; утверждение проекта	13-15	8	15	
7	Технологии публичного представления проекта	Продукт проекта: письменный отчет, презентация. Содержание письменного отчета. Программа проекта. Разделы про-граммы: формулировка проблемной ситуации, цель проекта, участники, структура и содержание проекта, информационное обеспечение проекта.	16	6		
7	Промежуточная аттестация					
	ИТОГО:			76	120	

5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

Учебным планом не предусмотрено

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Методические указания (собственные разработки)

Название	Ссылка
Хамирзова, С.К. (Майкопский государственный технологический университет). Маркетинг : учебное пособие / С.К. Хамирзова. - Майкоп : Магарин О.Г., 2011. - 264 с.	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=1000053038&DOK=02EFA2&BASE=0007AA
Маркетинг : Задачи. Логические схемы. Тесты. Контрольные задания. Вопросы для самопроверки / Майкоп. гос. технол. ин-т ; [сост. С.К. Хамирзова]. - Майкоп : Аякс, 2003. - 90 с.	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=0000639&DOK=004BC4&BASE=000530
Методические указания по изучению дисциплины «Основы маркетинга» : для студентов всех форм обучения направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью программа бакалавриата Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере / Минобрнауки России, ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. экономики и сервиса, Каф. маркетинга, сервиса и туризма ; составитель Ханахок З.А. - Майкоп : Б.и., 2020. - 31 с. - Библиогр.: с. 26 (11	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100059197&DOK=0C7029&BASE=0007AA

6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2019. - 294 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=358564 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-03074-1	https://znanium.com/catalog/document?id=358564
Мансуров, Р.Е. Технологии маркетинга. Практикум : практическое пособие / Р.Е. Мансуров. - 2-е изд. - Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. - 184 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=385193 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-9729-0675-8	https://znanium.com/catalog/document?id=385193
Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2020. - 278 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=358535 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-03902-7	https://znanium.com/catalog/document?id=358535
Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга : учебник / Д. А. Шевченко. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 613 с. - ISBN 978-5-394-05191-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2083281 . - Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/document?pid=2083281
Пономарева, А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты : учебное пособие / А.М. Пономарева. - Москва : РИОР, 2022. - 247 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=399995 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-369-01531-5. - ISBN 978-5-16-104256-4. - ISBN 978-5-16-011806-2	https://znanium.com/catalog/document?id=399995
Сафьянова, М.Г. Основы организации и проектирования бизнеса : учебное пособие / М.Г. Сафьянова, Л.Д. Шапиро. - Томск : Издательство Томского государственного университета, 2021. - 538 с. - ЭБС IPR SMART. - URL: https://www.iprbookshop.ru/116870.html . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-94621-974-7	https://www.iprbookshop.ru/116870.html
Есикова, И.В. Искусство «убивать» информацией, или Партизанский маркетинг : практическое пособие / И.В. Есикова. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 104 с. - ЭБС IPR Books. - URL: http://www.iprbookshop.ru/79632.html . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-4486-0468-3	https://www.iprbookshop.ru/79632.html
Латышев, Д.В. Маркетинговые технологии и стратегии в управленческой деятельности организации. Теоретический курс : учебное пособие / Д.В. Латышев,	https://www.iprbookshop.ru/82663.html



Название	Ссылка
Т.М. Гомаюнова. - Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, 2019. - 135 с. - ЭБС IPR Books. - URL: http://www.iprbookshop.ru/82663.html . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-9935-0392-9	
Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. - 2-е изд., пересм. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. - 346 с. - ISBN 978-5-394-04250-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2082690 . - Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/document?pid=2082690

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.



7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии			
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	567		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта			
3	3		Экология
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
67	67		Стратегический маркетинг



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
3	4		Основы бережливого производства
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время			
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
3	4		Основы бережливого производства
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм			
3	3		Правоведение
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Экология
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
67	67		Проектный практикум



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством			
8	9		Правовое регулирование рекламной деятельности
3	3		Правоведение
3	3		Экология
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
67	67		Стратегический маркетинг
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ					
Знать: основные методы формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: разрабатывать бюджет реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ с использованием разных методов;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками формирования бюджета	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков	Успешное и систематическое применение навыков	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ.			допускаются пробелы		
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии					
Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: традиционными и	Частичное владение	Несистематическое применение	В систематическом	Успешное и систематическое	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований	навыками	навыков	применении навыков допускаются пробелы	применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством					
Знать: - понятия государства, права, нормы права; основы конституционного строя России; основы гражданского, трудового, административного, уголовного, экологического и семейного права; содержание правового статуса человека и гражданина, способы осуществления и защиты гражданами своих прав и свобод.- основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: - работать с нормативными и правовыми документами, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков;- определять круг задач в рамках профессиональной деятельности.					
Владеть: - навыками использования нормативных и правовых документов; способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права- методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм					
Знать: - основные понятия и категории права, ориентироваться в системе законодательства для реализации различных правовых документов по проектированию, конструированию, производству и сопровождению объектов профессиональной деятельности-необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: -	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные,	Сформированные	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
воспринимать и обобщать информацию, а также юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения-соотнести главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности.			допускаются небольшие ошибки	умения	
Владеть: - навыками поиска требуемой правовой информации и подготовки базовых документов правового характера-навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время					
Знать: основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: определять круг задач в рамках профессиональной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения современного инструментария для решения экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений					
УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта					
Знать: необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, зачет
Уметь: проводить анализ	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности; - планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов.			небольшие ошибки		
Владеть: методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету

1. Опишите этапы процесса маркетинговых исследований в нужной последовательности.
2. Дайте классификацию методов качественных исследований и опишите эти методы.
3. Назовите основные методы выборки (способы отбора респондентов для опроса). Каковы их достоинства и недостатки.
4. Сегментирование, таргетирование, позиционирование.
5. Аналитические инструменты маркетинга.
6. Определение бренда. Элементы бренда. Особенности элементов для компаний малого бизнеса.
7. Маркетинговые стратегии в современной конкурентной среде.
8. Сформулируйте определение бренда. Опишите колесо бренда.
9. Определение маркетинговой коммуникации. Схема коммуникационного процесса.
10. Что такое интернет-маркетинг? Что он в себя включает?



11. Social media marketing. Что такое социальные сети, и как их использовать в продвижение продукта?

12. Что такое интернет-реклама?

13. Типы организационной структуры управления маркетингом.

14. Факторы, влияющие на поведение потребителей.

15. Этапы принятия решения о покупке.

16. Распределение ролей в процессе принятия решения о покупке

17. Напишите классификацию промышленных товаров и услуг и дайте краткую характеристику каждой категории.

18. Назовите 4 ключевых аспекта в применении маркетинговой концепции на рынке B2B.

19. Какой инструмент продвижения, на Ваш взгляд, наиболее эффективен на рынке B2B?

20. Перечислите преимущества и недостатки нулевого канала распределения.

21. Перечислите элементы системы товародвижения.

22. Назовите 2 уровня интеграции каналов распределения, приведите примеры.

23. Перечислите формы организации международной деятельности и дайте их характеристику.

24. Какая форма организации международной деятельности наиболее эффективна для компаний малого бизнеса.

25. Маркетинговые коммуникации (определение). Модель коммуникационного процесса. Основные тренды маркетинговых коммуникаций.

26. Цели маркетинговых коммуникаций. Особенности инструментов маркетинговых коммуникаций (реклама, стимулирование, личные продажи, связи с общественностью).

27. Инструменты коммуникаций (реклама, стимулирование сбыта) и их особенности.

28. Перечислите элементы комплекса маркетинга (внешние и внутренние). Дайте краткую характеристику элементов.

29. Маркетинговые стратегии охвата рынка.

30. Перечислите принципы сегментирования. Дайте им краткую характеристику.

Примерная тематика докладов

1. Взаимосвязь маркетинговой деятельности и успеха предприятия.

2. Функции маркетинговых коммуникаций.

3. Информационная составляющая в исследовании рынка.

4. Инструменты оперативного управления проектами.

5. Первичные источники информации, методы их выявления.



6. Российские фирмы и маркетинговая деятельность: примеры успешных и провальных маркетинговых политик.

7. Ключевые факторы успеха фирмы, основные принципы их определения.

8. Разработка системы позиционирования и рыночного продвижения товарных марок, создание бренда и управление брендом.

9. Факторы и мотивы потребительского поведения: методы исследования, оценка и использование в маркетинге.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию доклада

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Критерии оценивания доклада:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка «хорошо» - основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Критерии оценки знаний на зачете:

Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя.

Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.



Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Оценка «**зачтено**» ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;

- о знании рекомендованной литературы,

- о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший активное участия на семинарских занятиях, а также содержит в целом правильное и аргументированное изложение материала.

Оценка «**незачтено**» ставятся обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.



8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

Название	Ссылка
Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2019. - 294 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=358564 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-03074-1	http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/foi2?SHOW_ONE_BOOK+0A1514
Мансуров, Р.Е. Технологии маркетинга. Практикум : практическое пособие / Р.Е. Мансуров. - 2-е изд. - Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. - 184 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=385193 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-9729-0675-8	http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/foi2?SHOW_ONE_BOOK+0BC8D7
Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2020. - 278 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=358535 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-03902-7	http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/foi2?SHOW_ONE_BOOK+0A14F7
Шевченко, Д.А. Основы современного маркетинга : учебник / Д.А. Шевченко. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 613 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=371140 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-03977-5	http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/foi2?SHOW_ONE_BOOK+0BC8D1
Пономарева, А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты : учебное пособие / А.М. Пономарева. - Москва : РИОР, 2022. - 247 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=399995 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-369-01531-5. - ISBN 978-5-16-104256-4. - ISBN 978-5-16-011806-2	http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/foi2?SHOW_ONE_BOOK+0BC8E3
Методические указания по изучению дисциплины «Основы маркетинга» : для студентов всех форм обучения направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью программа бакалавриата Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере / Минобрнауки России, ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. экономики и сервиса, Каф. маркетинга, сервиса и туризма ; составитель Ханахок З.А. - Майкоп : Б.и., 2020. - 31 с. - Библиогр.: с. 26 (11	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100059197&DOK=0C7029&BASE=0007AA

8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
Сафьянова, М.Г. Основы организации и проектирования бизнеса : учебное пособие / М.Г. Сафьянова, Л.Д. Шапиро. - Томск : Издательство Томского государственного университета, 2021. - 538 с. - ЭБС IPR SMART. - URL: https://www.iprbookshop.ru/116870.html . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-94621-974-7	http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/foi2?SHOW_ONE_BOOK+0BC8D3
Есикова, И.В. Искусство «убивать» информацией, или Партизанский маркетинг : практическое пособие / И.В. Есикова. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 104 с. - ЭБС IPR Books. - URL: http://www.iprbookshop.ru/79632.html . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-4486-0468-3	http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/foi2?SHOW_ONE_BOOK+0A9E28
Латышев, Д.В. Маркетинговые технологии и стратегии в управленческой деятельности организации. Теоретический курс : учебное пособие / Д.В. Латышев, Т.М. Гомаюнова. - Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, 2019. - 135 с. - ЭБС IPR Books. - URL: http://www.iprbookshop.ru/82663.html . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-9935-0392-9	http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/foi2?SHOW_ONE_BOOK+0AA32B
Шевченко, Д.А. Основы современного маркетинга : учебник / Д.А. Шевченко. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 613 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=371140 . - Режим	http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/foi2?SHOW_ONE_BOOK+0BC8D1



Название	Ссылка
доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-03977-5	
Наумов, В.Н. Маркетинг : учебник / Наумов В.Н. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 320 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=157112 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-010921-3. - ISBN 978-5-16-102942-8	http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/fol2?SHOW_ONE_BOOK+09AFCD

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". – Москва, 2011 - - URL: <http://znanium.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. <http://znanium.com/catalog/> IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания "Ай Пи Ар Медиа". – Саратов, 2010 - . - URL: <http://www.iprbookshop.ru/586.html> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. <http://www.iprbookshop.ru/586.html> Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - - URL: <https://нэб.рф/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: <http://nlr.ru/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. "... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени." (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) <https://нэб.рф/eLIBRARY.RU>. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . - URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. <https://elibrary.ru/defaultx.asp> CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . - URL: <https://cyberleninka.ru/> - Режим



доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. <https://cyberleninka.ru/>
Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. </index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya> ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - <https://adindustry.ru/>
Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела. Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт – 2006. – URL: <https://www.alladvertising.ru/>. Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© "РИП-холдинг") : сайт – 1999. – URL: <http://www.advertology.ru/>. Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт – 1998. – URL: <https://www.sostav.ru/>. Режим доступа: свободный. Текст: электронный. КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. - 2021. – URL: <http://www.consultant.ru/about/>. – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный. Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. <https://adindustry.ru/>



9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции/ трудовые ресурсы
<p>Тема 1. Современные маркетинговые исследования в проектном бизнесе</p> <p>Основные цели маркетинговых исследований. Организация маркетингового исследования. Объекты и субъекты маркетинговых исследований. Методы маркетингового исследования. Этапы маркетингового исследования. Виды информации и методы ее сбора. Шкалы измерений. Анализ данных. Подготовка отчета и презентации.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4</p>
<p>Тема 2. Сегментирование, таргетирование, позиционирование.</p> <p>Современная теория потребностей. Сегментация рынка: цель и механизм осуществления. Принципы, цели и задачи рыночной сегментации и позиционирования компании на рынках B2B, B2C, C2C. Особенности деятельности компании на рынке B2B. Классификация потребителей и основные характеристики покупателя. Мотивация потребителя и факторы, влияющие на покупательское поведение. Процесс выбора товара потребителем и принятия решения о покупке.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4</p>
<p>Тема 3. Аналитические инструменты маркетинга в проектном бизнесе.</p> <p>SWOT-анализ. PEST-анализ. Матрица БКГ. Матрица Маккензи. Матрица Ансоффа. Матрица внешних приобретений. Продуктово-рыночная матрица. Анализ 5 сил Портера</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4</p>

<p>Тема 4. Маркетинговые стратегии в современной конкурентной среде.</p> <p>Стратегический процесс. Конкурентоспособность как основа стратегии маркетинга. Виды стратегий: базовые стратегии М. Портера, стратегии роста, конкурентные стратегии. Анализ отрасли, конкурентов, конкурентных преимуществ. Бенчмаркинг. Маркетинговые войны.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная</p> <p>(изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4.1</p> <p>ПКУВ-4.2</p> <p>УК-2.1</p> <p>УК-2.2</p> <p>УК-2.3</p> <p>УК-2.4</p>
<p>Тема 5. Маркетинг-микс: товарная политика, ценовая политика, современные технологии продаж.</p> <p>Понятие товара в системе маркетинга. Подходы к классификации товаров и услуг. Классификация товаров по назначению, срокам и характеру изготовления и потребления. Качество и конкурентоспособность товара. Жизненный цикл товара. Маркетинг новой продукции. Структура и виды цен. Ценовая политика. Факторы ценообразования. Спрос как фактор ценообразования. Ценовая эластичность спроса. Цены и потребительское качество. Стратегии фирм, связанные с реализацией нового продукта. Стратегии ценообразования. Методы ценообразования, ориентированные на спрос. Сущность и функции товародвижения и сбыта. Каналы сбыта: виды, выбор, построение и управление. Логистика. Маркетинг закупок. Маркетинг продаж. Типовые варианты построения отделов продаж. Многоуровневой маркетинг. Трейд-маркетинг. Система CRM.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная</p> <p>(изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4.1</p> <p>ПКУВ-4.2</p> <p>УК-2.1</p> <p>УК-2.2</p> <p>УК-2.3</p> <p>УК-2.4</p>
<p>Тема 6. Маркетинг-микс: традиционные и новые маркетинговые коммуникации, специфические особенности политики продвижения в проектом бизнесе.</p> <p>Маркетинг-микс: традиционные и новые маркетинговые коммуникации, специфические особенности политики продвижения.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная</p> <p>(изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4.1</p> <p>ПКУВ-4.2</p> <p>УК-2.1</p> <p>УК-2.2</p> <p>УК-2.3</p> <p>УК-2.4</p>
<p>Тема 7. Интернет-маркетинг маркетинг как технология проектного бизнеса.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и</p>	<p>Аудиторная</p> <p>(изучение нового учебного</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4.1</p> <p>ПКУВ-4.2</p>

<p>Особенности стимулирования сбыта и перспективы развития рекламы в Интернете. Интернет-маркетинг территорий. Инструменты Интернет-маркетинга. Формы монетизации интернет проектов. Анализ и выбор показателей эффективности разных видов в Интернете.</p>	<p>навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>		<p>УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4</p>
<p>Тема 8. Брендирование как технология проектного бизнеса.</p> <p>Понятие бренда. Соотношение понятий бренд, торговая марка, товарный знак. Идентичность бренда. Содержание бренда как коммуникационный процесс. Символы потребления. Отношение потребителя и бренда. Бренд на рынках B2C и B2B, значимость бренда для различных типов рынков. Отличия бренда от товарной марки и товарного знака. Понятие «ценности» бренда. Классификация брендов. Жизненный цикл бренда. История развития брендинга. Упаковка как элемент брендинга. Нейминг. Защита интеллектуальной собственности. Эмоциональные и рациональные преимущества бренда. Лояльность бренду. Марочный капитал. Управление брендом в Интернете.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4</p>
<p>Тема 9. Технологии оформление проекта</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4</p>
<p>Тема 10. Технологии публичного представления проекта</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4</p>

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Название
7-Zip Свободная лицензия
Adobe Reader DC Свободная лицензия
Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. – Москва, 2011 - - URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znanium.com/catalog/
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. – Саратов, 2010 - . - URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - - URL: https://нэб.рф/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. – Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/ . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rmb-today) https://нэб.рф/
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . - URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp
CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . - URL: https://cyberleninka.ru/ - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/
Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. /index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya
ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - https://adindustry.ru/ Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке



Название
рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела. Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт - 2006. - URL: https://www.alladvertising.ru/ . Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© 'РИП-холдинг') : сайт - 1999. - URL: http://www.advertology.ru/ . Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт - 1998. - URL: https://www.sostav.ru/ . Режим доступа: свободный. Текст: электронный. КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. - Москва, 1997. - 2021. - URL: http://www.consultant.ru/about/ . - Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). - Текст: электронный. Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. https://adindustry.ru/

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

Название
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. - Саратов, 2010 - . - URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: https://нэб.рф/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) https://нэб.рф/
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. - Москва, 2011 - - URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znanium.com/catalog/
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - . - URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp
CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2014. - . - URL: https://cyberleninka.ru/ - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/
Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. /index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya
ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - https://adindustry.ru/ Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела. Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт - 2006. - URL: https://www.alladvertising.ru/ . Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© 'РИП-холдинг') : сайт - 1999. - URL: http://www.advertology.ru/ .



Название

Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт - 1998. - URL: <https://www.sostav.ru/>. Режим доступа: свободный. Текст: электронный. КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. - Москва, 1997. - 2021. - URL: <http://www.consultant.ru/about/>. - Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). - Текст: электронный. Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. <https://adindustry.ru/>



11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (5-5-16)385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского/ ул. Пролетарская, дом № 30/дом № 234 (385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского, дом №30/ ул. Пролетарская, дом №234, стр. 1), Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 54 посадочных места, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader GC, Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024 1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус Kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 №203-20122401
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (5-5-19) 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского/ ул. Пролетарская, дом № 30/дом № 234 (385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского, дом №30/ ул. Пролетарская, дом №234, стр. 1), Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 30 посадочных мест, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader GC, Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024 1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус Kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 №203-20122401
Помещение для хранения и профилактического обслуживания оборудования: информационно-технический отдел, г. Майкоп, ул. Первомайская, 191, каб. 318	Технические средства обучения, служащие для предоставления учебной информации большой аудитории	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader GC, Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024 1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус Kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 №203-20122401
Помещение для самостоятельной работы обучающихся: читальный зал МГТУ, г. Майкоп, ул. Первомайская, 191, 3 этаж	Компьютерное оснащение с выходом в интернет на 30 посадочных мест, оснащенные специализированной мебелью (стулья, столы, шкафы, шкафы выставочные), мультимедийное оборудование, оргтехника/принтеры, сканеры, ксерокс)	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader GC, Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024 1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус Kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 №203-20122401

