МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-ОСЕТИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ КОСТА ЛЕВАНОВИЧА ХЕТАГУРОВА»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УР
А.М. Дигурова
«__» _____ 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Маркетинг в отраслях и сферах деятельности**»**

Направление/специальность 38.03.01– Экономика
Профиль Мировая экономика

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Владикавказ 2017

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению 38.03.01 Экономика, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.11.2015 г., № 1327.

Составитель: канд.экон.наук, доцент Цуциева О.Т.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры международных экономических отношений (протокол № 7от «22» марта 2017г)

1. Структура, и общая трудоемкость дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часа).

	Очная форма обучения
Курс	4
Семестр	7
Лекции	18
Практические(семинарские) занятия	18
Итого аудиторных занятий	36
Самостоятельная работа	36
Форма контроля	
Зачет	
Общее количество часов	72

2. Цели освоения дисциплины.

Целями освоения учебной дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» являются формирование у обучающихся в процессе изучения теории и практики современного маркетинга общекультурных и профессиональных компетенций, установленных ФГОС ВО, овладение базовыми знаниями в области маркетинга, а также инструментарием маркетинга для использования в различных отраслях и сферах деятельности.

Основные задачи курса направлены на:

–изучение особенностей применения технологий и методов маркетинга в отдельных сферах и отраслях;

–изучение внутрифирменного контроля, планирования, информационного, технического обеспечения маркетинговой деятельности в торговле;

–изучение ЖЦ товаров промышленного назначения, товарной политики промышленного предприятия;

–выявление отличительных особенностей промышленных посредников;

–изучение системы управления сбытом промышленной продукции; факторов обеспечения формирования эффективных маркетинговых коммуникаций промышленных товаров.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата.

Дисциплина Б1.В.ДВ.10.02– «Маркетинг в областях и сферах деятельности» является выборной дисциплиной вариативной части Блока 1. учебного плана профиля Мировая экономика.

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные обучающимися в результате освоения дисциплин: «Маркетинг», «Международная торговля», «Международный туризм», «Деньги.Кредит.Банки».

4.Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Мировая экономика» дисциплина «Маркетинг в областях и сферах деятельности» направлена на формирование следующих **профессиональных (ПК) компетенций** бакалавра по направлению Экономика:

- способностью анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей (ПК-6);
- способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет (ПК-7).

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия, принципы и технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в отраслевой и социальной сфере;
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- роли, функции и задачи менеджера в современной организации;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля;
- виды управленческих решений и методы их принятия;
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства;
- методы маркетинговых исследований;
- основы маркетинговых коммуникаций;
- роль и место управления персоналом в общеорганизованном управлении и его связь со стратегическими задачами организации;
- варианты организации управления маркетинговой деятельностью в отрасли и сферах деятельности;

уметь:

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;
- ставить и решать задачи операционного маркетинга;

- применять на практике методы исследования отрасли и социальной сферы, использовать полученные знания в управлении маркетингом коммерческих и некоммерческих организаций;

- анализировать рынок и рыночную конъюнктуру; сегментировать рынок, позиционировать товары;

- налаживать процессы ценообразования и формирования ассортиментной политики;

владеть:

- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации;

- методами разработки и реализации маркетинговых программ;

- методами формирования и поддержания этического климата в организации;

- искусством конкурентоспособности и перспективными маркетинговыми социальными стратегиями и технологиями в условиях парадоксов и кризисов;

- навыками разработки маркетинговой стратегии и управления маркетингом в отраслях и сферах деятельности.

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

№	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа Студентов		Формы контроля	Компетенции
		л	пр	Содержание	Часы		
				7 семестр			
1	Цели и задачи дисциплины. Основы теории маркетинга.	2	-	Понятие «маркетинга». Аспекты маркетинга. Классификация рынков. Инфраструктура рынка.	2	Конспект, Эссе, вопросы в рубежной контрольной	ПК- 6,7
2	Маркетинг в промышленности: Аналитическая функция маркетинга на предприятии.	2	2	Функция управления и контроля: стратегическое и тактическое планирование маркетинга на предприятии, организация маркетингового контроля, управление рисками и способы оценки их степени	4	Вопросы в рубежной контрольной	ПК- 6,7
3	Туристический маркетинг: Понятие и сущность туристского продукта, разработка нового продукта. Гостиничный маркетинг: Анализ конъюнктуры рынка гостиничных услуг.	2	2	Рынок международного туризма и тенденции его развития. Уровни туристического маркетинга в условиях конкуренции Концепция развития маркетинга гостиничных услуг	4	Конспект, Эссе, вопросы в рубежной контрольной	ПК- 6,7

4	Банковский маркетинг: Предпосылки внедрения маркетинга в банковском деле.	2	2	Маркетинговая среда банка. Система организации маркетинга и маркетингового контроля. Факторы, изучаемые в процессе исследования	4	Оценка работы студента на семинарских занятиях. Эссе	ПК- 6,7
5	Маркетинг в торговле. Розничная торговля. Оптовая торговля.	2	2	Виды розничной торговли. Форматы современного ритейла	4	Оценка работы студента на семинарских занятиях. Эссе	ПК- 6,7
6	Маркетинг в сфере услуг: Понятие услуги, их характеристики. Особенности услуг. Классификация услуг. Особенности маркетинга услуг. Цель и назначение маркетинга услуг.	2	4	Специфика маркетинга услуг. Стратегии маркетинга услуг. Маркетинг в фармацевтической отрасли Маркетинг в страховом бизнесе. Маркетинг образовательных услуг. Проблемное содержание маркетинга образовательной услуги.	6	Оценка работы студента на семинарских занятиях	ПК- 6,7
7	Маркетинг в агробизнесе: Особенности рынков в комплексе агробизнеса.	2	2	Товарное предложение на рынке сельскохозяйственных и продовольственных товаров.	4	Оценка работы студента на семинарских занятиях	ПК- 6,7
8	Маркетинг в рекламном бизнесе: Современные тенденции развития рынка рекламы. Паблик рилейшнз в системе маркетинга.	2	2	Роль маркетинговых исследований в подготовке и реализации рекламной деятельности. История развития и современные	4	Конспект, Эссе, вопросы в рубежной контрольной	ПК- 6,7

				тенденции развития рынка PR.			
9	Маркетинг в интернете.	2	2	Особенности маркетинговой деятельности на электронном рынке	4	Конспект, Эссе, вопросы в рубежной контрольной	ПК- 6,7
	ИТОГО	18	18		36		

6. Образовательные технологии

№ п/п	Тема	Вид занятия	Количество часов	Активные формы	Интерактивные формы
1	Маркетинг в промышленности: Аналитическая функция маркетинга на предприятии.	Практическое	2		Круглый стол Презентация
2	Туристический маркетинг: Понятие и сущность туристского продукта, разработка нового продукта. Гостиничный маркетинг: Анализ конъюнктуры рынка гостиничных услуг.	Практическое	2		Семинар в диалоговом режиме Презентация
3	Банковский маркетинг: Предпосылки внедрения маркетинга в банковском деле.	Практическое	2		Семинар в диалоговом режиме Презентация.
4	Маркетинг в торговле. Розничная торговля. Оптовая торговля.	Практическое	2		Проектная разработка Презентация
5	Маркетинг в сфере услуг: Понятие услуги, их характеристики. Особенности услуг. Классификация услуг. Особенности маркетинга услуг. Цель и назначение маркетинга услуг.	Практическое	4		Семинар в диалоговом режиме Презентация
6	Маркетинг в агробизнесе: Особенности рынков в комплексе агробизнеса.		2		
7	Маркетинг в рекламном бизнесе: Современные тенденции развития рынка рекламы. Паблик рилейшнз в системе маркетинга.		2		
8	Маркетинг в интернете.		2		

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Аудиторная самостоятельная работа выполняется студентами на лекциях, семинарских, практических, лабораторных занятиях, и, следовательно, преподаватель заранее выстраивает систему самостоятельной

работы, учитывая все ее формы, цели, отбирая учебную и научную информацию и методические средства коммуникаций. Вопросы для самостоятельной работы студентов в целях подготовки к аудиторным занятиям предлагаются преподавателями в начале изучения дисциплины. Студенты имеют право выбирать дополнительно интересующие их темы для самостоятельной работы.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская деятельность студентов, осуществляемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине включает следующие материалы:

1. Методические указания для самостоятельной работы по дисциплине
2. Методические материалы по выполнению рефератов
3. Планы семинарских занятий

8.Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

План семинарского занятия. Теоретические основы маркетинга

-Понятие «маркетинга». Аспекты маркетинга. Принципы маркетинга. Функции маркетинга.

-Комплекс маркетинга, его составляющие.

-Классификация рынков. Инфраструктура рынка.

-Сегментирование. Сегмент рынка.

-Позиционирование товара.

-Управление маркетингом.

- Планирование в маркетинге.

- Проверка остаточных знаний в форме тестирования

План семинарского занятия Маркетинг в промышленности. Анализ маркетинговой деятельности промышленного предприятия (предприятие по выбору студента)

- Аналитическая функция маркетинга на предприятии;

- Производственная функция маркетинга на предприятии;

-сбытовая функция маркетинга на предприятии;

- Функция управления и контроля.

- представление бизнес-карты и анализ маркетинговой деятельности промышленного предприятия (предприятие на выбор студента).

- Проверка остаточных знаний в форме тестирования

План семинарского занятия № 2 (4 часа). Туристический маркетинг

- Туристический маркетинг: сущность и цели
-Туристический рынок: Сущность, структура и современное состояние
-Сегментирование туристического рынка
- Методы продвижения и продажи туристического продукта
Практическое задание: Составление и продвижение туристического продукта

План семинарского занятия Гостиничный маркетинг
- Маркетинг гостиничного хозяйства
- Организация управления маркетингом в гостиничной сфере
- Организация конъюнктуры рынка гостиничных услуг
- Концепция развития маркетинга гостиничного хозяйства
- Определение целей, постановка задач и их выполнение
- Маркетинг – микс гостиничного сервиса.
- Анализ маркетинговой деятельности отеля (по выбору студента)
-Проверка остаточных знаний в форме тестирования

План семинарского занятия Банковский маркетинг
- Понятие и цели банковского маркетинга;
- Особенности банковского маркетинга;
- Планирование банковского маркетинга;
- Маркетинговая среда банка.
- Проверка остаточных знаний в форме тестирования

План семинарского занятия Маркетинг в торговле
- Основы теории покупок;
- Структура акта купли –продажи;
- Прием клиента и установление контакта;
- Выявление потребности и выслушивание покупателя.
- Проверка остаточных знаний в форме тестирования

План семинарского занятия. Маркетинг в сфере услуг
- Маркетинг в сфере услуг;
- Понятие услуг, и их отличие от товара;
- Классификация услуг.
- Современные тенденции развития рынка услуг в РФ, регионального рынка
-Анализ маркетинговой деятельности организации (предприятия) сферы услуг (по выбору студента)
- Проверка остаточных знаний в форме тестирования

План семинарского занятия Маркетинг в фармацевтической отрасли
- Современные тенденции развития и регулирования фармацевтической отрасли.
-Особенности маркетинга фармацевтики.

-Задачи маркетинга в фармацевтике.
-Аптечный маркетинг.
-Мерчандайзинг.
-Модель покупательского поведения.
-Оценка мерчандайзинга аптечного предприятия (по выбору студента)
- Проверка остаточных знаний в форме тестирования

План семинарского занятия. Маркетинг в страховом бизнесе

-Понятие, стороны и объекты страхования.
-Анализ страхового рынка в России. Тенденции развития страхового рынка в РФ.
-Государственное регулирование страхового рынка в РФ.
-Особенности маркетинга в страховании.
-Принципы маркетинга в страховании.
-Задачи маркетинга в страховании.
-Управление маркетингом в страховании.
- Цикл маркетинга в страховании.

План семинарского занятия. Маркетинг в агробизнесе
- Маркетинг в агробизнесе;
- Особенности рынков в комплексе агробизнеса;
- Спрос на рынках сельскохозяйственной продукции;
- Товарное предложение на рынке сельскохозяйственных и продовольственных товаров.
- Проверка остаточных знаний в форме тестирования

План семинарского занятия. Брендинг
- Составляющие элементы брендинга.
- Нейминг в системе брендинга.
- Технология разработки, использования и оценки бренда.
- Контроль в брендинге.
- Проверка остаточных знаний в форме тестирования

План семинарского занятия. Маркетинг в рекламном бизнесе
-Современные тенденции развития рынка рекламы.
-Регулирование и планирования рекламной деятельности.
- Роль маркетинговых исследований в подготовке и реализации рекламной деятельности.
-Реклама в сети интерне.
-Мобильная реклама
- Проверка остаточных знаний в форме тестирования

План семинарского занятия. Паблик рилейшнз в системе маркетинга
-История развития и современные тенденции развития рынка PR.

- Концепция и методология PR.
-Роль и место PR в маркетинговой деятельности
-Рассмотреть PR компании (по выбору студента)

План семинарского занятия. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности
- Международный маркетинг. Понятие и сущность, цели и особенности
- Окружающая среда международного маркетинга
- Международное маркетинговое исследование
- Маркетинговые стратегии выхода фирмы на внешний рынок
- Проверка остаточных знаний в форме тестирования

План семинарского занятия. Маркетинг в интернете
- Электронный маркетинг: задачи и содержание
- Маркетинговые коммуникации в Интернете
- Особенности маркетинговой деятельности на электроном рынке
-Маркетинговые исследования в Интернете
- Проверка остаточных знаний в форме тестирования

Перечень вопросов к зачету по дисциплине «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»

1. Теоретические основы маркетинга.
2. Аналитическая функция маркетинга промышленности.
3. Производственная функция маркетинга промышленности.
4. Сбытовая функция маркетинга промышленности.
5. Функция управления и контроля в промышленности.
6. Понятие, классификация средств производства.
7. Содержание и особенности маркетинга средств производства.
8. Основы теории закупок.
9. Структура акта купли-продажи.
10. Маркетинг в розничной торговле.
11. Маркетинг оптовой торговли.
12. Понятие услуги, их характеристики.
13. Классификация услуг.
14. Особенности маркетинга услуг.
15. Характеристика банковской деятельности.
16. Особенности банковского маркетинга.
17. Элементы банковского маркетинга.
18. Маркетинговые исследования как средство достижения основной цели банковской деятельности.
19. Особенности и содержание маркетинга в туризме.
20. Рынок международного туризма.

21. Уровни туристического маркетинга в условиях конкуренции.
22. Маркетинг на рынке фармацевтических товаров

Перечень вопросов к экзамену по дисциплине «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»

1. Теоретические основы маркетинга.
2. Аналитическая функция маркетинга промышленности.
3. Производственная функция маркетинга промышленности.
4. Сбытовая функция маркетинга промышленности.
5. Функция управления и контроля в промышленности.
6. Понятие, классификация средств производства.
7. Содержание и особенности маркетинга средств производства.
8. Основы теории закупок.
9. Структура акта купли-продажи.
10. Маркетинг в розничной торговле.
11. Маркетинг оптовой торговли.
12. Понятие агросферы, ее составляющие.
13. Особенности и функции агромаркетинга.
14. Особенности рынков в комплексе агробизнеса.
15. Понятие услуги, их характеристики.
16. Классификация услуг.
17. Особенности маркетинга услуг.
18. Реклама: понятие, цели, задачи, функции, виды и средства.
19. Рынок рекламы.
20. Участники рекламного процесса.
21. Маркетинговая основа создания рекламного продукта.
22. Понятие образовательной услуги.
23. Особенности маркетинга в образовании.
24. Характеристика банковской деятельности.
25. Особенности банковского маркетинга.
26. Элементы банковского маркетинга.
27. Маркетинговые исследования как средство достижения основной цели банковской деятельности.
28. Особенности и содержание маркетинга в туризме.
29. Рынок международного туризма.
30. Уровни туристического маркетинга в условиях конкуренции.
31. Понятие страхования.
32. Анализ страхового рынка в России.
33. Особенности маркетинга в страховании.
34. Понятие и сущность международного маркетинга
35. Маркетинговые стратегии выхода компании на внешние рынки. Ценовые стратегии на внешних рынках
36. Товары и услуги в Интернете
37. Интернет как канал распределения

38. маркетинговые исследования в интернете
39. Форматы розничного ритейла
40 Маркетинг на рынке фармацевтических товаров.

Критерии оценки творческого задания, выполняемого на практическом занятии:

✓ 5 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 4 - баллов - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 3 - баллов – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

✓ 2 балла – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Критерии оценки презентации доклада, сообщения, выполненных в форме презентации

	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация не систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов

Оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с привидением примеров и/или пояснений
Оценка	3 балла	5 баллов	8 баллов	10 баллов

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
Электронные библиотечные системы, обеспечивающие реализацию образовательной программы
38.03.01 Экономика
ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова»

№№	Наименование Электронного ресурса	Принад лежн ость	Адрес сайта	Сведения о право обладателе	№ договора на право использования ЭБС	Срок действия заключённого договора	Кол-во точек доступа/ пользователей	Характеристика доступа
1.	**ЭБС "Университетская библиотека Online"**	Сторонняя	http://www. biblioclub.ru	ООО «Некс-Медиа»	Договор №171-12,2019 от 10.02.2020	10.02.2020г. - 31.12.2020г.	7000	По IP-адресу безлимитный
2.	**Электронная библиотека диссертаций РГБ (ЭБД РГБ)**	Сторонняя	https://dvs.rsl.ru	ФГБУ "РГБ"	Договор №095/04/0130 От 01.07.2019	05.08.2019г. -05.11.19г. В связи с пандемией доступ продлен до 23.11..2020г.		в читальном зале НБ СОГУ безлимитный
3.	**Электронная библиотека «Консультант студента»**	Сторонняя	http://www.studmedlib.ru/	ООО «Политехресурс»	Договор №208СЛ/01-2020	26.01-2020г.-26.02.2021г.	300ключей доступа. 300 карт доступа	Безлимитный
4.	**Научная электронная библиотека eLibrary.ru**	Сторонняя	http://elibrary.ru	ООО "Научная электронная библиотека"	Лицензионное соглашение № 5051 от 02.09.2009 г.	Бессрочное	Кол-во доступов не ограничено	Безлимитный
5.	**База данных «ЭБС elibrary»**			ООО РУНЭБ	Договор № SU-20-12/2016-1 от 28.12.2016 г. Лицензионное соглашение № 4758	29.12.2016 г.-28.12.2026 г.	Кол-во доступов не ограничено	По IP-адресу безлимитный
6.	**Электронная библиотека «Юрайт»**	Сторонняя	biblio-online.ru	ООО «Юрайт»	Договор №32008816384	01.03.2020 г. -28.02 2021 г.	Кол-во доступов не ограничено	По IP-адресу безлимитный

а) основная литература:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова и др.; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. – 446 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786 (дата обращения: 23.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02263-0. – Текст : электронный.

2.

3. Кузнецов, Б.Т. Инвестиции : учебное пособие / Б.Т. Кузнецов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 623 с.

4. Кузнецов Б.Т. Инвестиционный анализ. Учебник и практикум. М.:Издательство Юрайт, 2015. 361стр. Гриф УМО ВО.

5. Аскинадзи В. М., Максимова В.Ф. Инвестиции: учебник для бакалавров. - М. : Юрайт, 2017. - 422с. Гриф УМО.

6. Леонтьев, В. Е. Инвестиции : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Е. Леонтьев, В. В. Бочаров, Н. П. Радковская. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 455 с.

б) дополнительная литература

1. Маркетинг PR и рекламы / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяевой. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 495 с.: табл., ил., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709 (дата обращения: 23.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02194-2. – Текст: электронный.

2. Маслова, В.М. Сфера PR в маркетинге / В.М. Маслова, И.М. Синяева, В.В. Синяев. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 384 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502 (дата обращения: 23.09.2019). – Библиогр.: с. 361-363. – ISBN 978-5-238-01179-0. – Текст: электронный.

3. Марусева, И.В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) :[16+] / И.В. Марусева, А.В. Кокарева ; под общ. ред. И.В. Марусевой. – Изд. 2-е, перераб. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 591 с.: ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282 (дата обращения: 23.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9885-3. – Текст: электронный.

4. Сейфуллаева, М.Э. Международный маркетинг / М.Э. Сейфуллаева. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 319 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119592 (дата обращения: 23.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-00800-7. – Текст: электронный.

в) Интернет-ресурсы

Обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам (библиотека СОГУ):

- библиотеке e-library,
- электронной библиотеке диссертаций РГБ,
- университетской библиотеке online;

собственным библиографическим базам данных:

- электронному каталогу,
- электронной картотеке газетно-журнальных статей,
- электронной картотеке авторефератов диссертаций и диссертаций.

Рекомендуемые интернет-адреса:

1. www.tppp.ru – Туризм: практика, проблемы, перспективы – журнал для профессионалов.
2. http://www.mavriz.ru - Маркетинг в России и за рубежом
3. https://bci-marketing.ru – Практический маркетинг
4. https://grebennikon.ru/journal-3.html#volume2019-2 - Маркетинг и маркетинговые исследования

10. Материально-техническое оснащение дисциплины:

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, демонстрационное оборудование - мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Windows 8.1 Professional; Office Standard 2010; Антивирусное программное обеспечение Kasperksy Total Security; Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»; Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»; КонсультантПлюс; Гарант; Moodle, Cisco Webex; учебно-наглядные пособия	Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №3, ауд.411
Учебные аудитории для занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Windows 8.1 Professional;Office Standard 2010; Антивирусное программное обеспечение Kasperksy Security Cloud; Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»; Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»; Консультант плюс; Гарант; Moodle, Cisco Webex.	Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №3, ауд. 407, 417
Лаборатории - компьютерные классы для текущего контроля (тестирование): преподавательский стол, преподавательский стул, столы обучающихся, стулья, классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), колонки, ПК преподавателя, ПК обучающихся, программное обеспечение: Windows 7.1 Professional;Office Standard 2016; WinRar; Microsoft Visio; MicrosoftVisual studio; Kaspersky Security Cloud; КонсультантПлюс, Гарант, Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний», Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ».	Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №3, ауд.403, 404
Помещения для самостоятельной работы: - компьютерные классы с доступом к ресурсам сети Интернет: преподавательский стол, преподавательский стул, столы обучающихся, стулья, классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), колонки, ПК преподавателя, ПК обучающихся, программное обеспечение: Windows 7.1 Professional;Office Standard 2016; WinRar; Microsoft Visio; MicrosoftVisual studio; Kaspersky Security Cloud; КонсультантПлюс, Гарант, Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний», Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ - библиотека, в том числе читальный зал: столы, стулья, ПК для обучающихся, программное обеспечение, учебные и научные фонды библиотеки СОГУ, доступ к электронным библиотечным ресурсам: ЭБС "Университетская библиотека Online" http://www.biblioclub.ru Электронная библиотека диссертаций РГБ (ЭБД РГБ) https://dvs.rsl.ru	Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №3, ауд. 404 Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Церетели, 16.

Электронная библиотека «Консультант студента» http://www.studmedlib.ru/ Научная электронная библиотека eLibrary.ru http://elibrary.ru База данных «ЭБС elibrary» http://elibrary.ru Электронная библиотека «Юрайт» http://biblio-online.ru	

11.**Лист актуализации**

2018-2019 учебный год

1. Устав Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова» (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 28.11.2018 г. № 1069):

- В связи со сменой учредителя принят новый Устав ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова».

2. Вступление в силу Положения о разработке и реализации основных профессиональных образовательных программ СОГУ (приказ № 382 от 28.12.2018 г)

- Изменен макет РПД, обновлены образовательные технологии дисциплин профиля, учебно-методическое и программное обеспечение образовательного процесса

3. Вступление в силу Положения о расписании ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова» (Приказ СОГУ № 49 от 05.03.2018 г. «Об утверждении Положений»).

4. Обновлен список литературы.

5. Обновлен перечень Электронных библиотечных систем, обеспечивающих доступ к литературе

Изменения в Рабочей программе обсуждены и одобрены для реализации в 2018-2019 уч.году на заседании кафедры международных экономических отношений от «26» марта 2018г., протокол № 7.

2019-2020 учебный год

1. Положение об электронном обучении и дистанционных образовательных технологиях в ФГБОУ ВО «СОГУ» (пр.№ 49 от 25.02.19 г.)

- Установлен внутренний регламент электронного обучения и использования дистанционных образовательных технологий. Начало работы портала дистанционного обучения СОГУ на новой образовательной платформе (lms.nosu.ru)

2. Вступление в силу Положения о практике обучающихся в ФГБОУ ВО «СОГУ» (пр.№378 от 30.12.2019 г.):

- Уточнен порядок прохождения практик, регламент заключения договоров с базами практик обучающихся.

3. Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования программам - бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.06.2015 N 636 (ред. от 27.03.2020)

4. Обновление лицензионного программного обеспечения

- Реестр программных ресурсов

СПС «Гарант» (договор 01.2020г. -12.2021г.)

5. Обновлен список литературы.

6. Обновлен перечень Электронных библиотечных систем, обеспечивающих доступ к литературе

Изменения в Рабочей программе обсуждены и одобрены для реализации в 2019-2020 уч.году на заседании кафедры международных экономических отношений от «21» марта 2019г., протокол № 7

2020-2021 учебный год

1. **Обновлен список литературы.**

2. **Обновлен перечень Электронных библиотечных систем, обеспечивающих доступ к литературе**

Изменения в Рабочей программе обсуждена и одобрена для реализации в 2020-2021 уч.году на заседании кафедры международных экономических отношений от «23» марта 2020г., протокол № 7.

2020-2021 учебный год

1. Федеральный закон Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 г. № 273 – ФЗ (в ред. от 31.07.2020 г. №304 - ФЗ).

2. Обновление лицензионного программного обеспечения

Реестр программных ресурсов

- Cisco Webex - Система проведения вебинаров. Договор ООО Айстек договор № Д83-2020 от 10.08.2020 - 10.08.2021г

Изменения в Рабочей программе обсуждены и одобрены для реализации на заседании кафедры международных экономических отношений 31 августа 2020г. протокол №1.