

*Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Северо-Осетинский государственный университет
имени Коста Левановича Хетагурова»*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Методы исследований в маркетинге»**

Направление 38.04.02 Менеджмент
Программа "Маркетинг, реклама и связи с общественностью"

Квалификация (степень) выпускника –магистр

Год начала подготовки – 2023
Форма обучения – очная

Утверждена в составе ОПОП.

Составители: к.э.н., доцент кафедры менеджмента, маркетинга и туризма Бекмурзаева З.Х.

Владикавказ

2023

1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы.(144 час.).

	ОчнаяФормаобучения
Курс	1
Семестр	1
Лекции	18
Практические занятия	8
Лабораторные занятия	10
Консультации	
Итого аудиторных занятий	36
Самостоятельная работа	72
Курсовая работа	+
Зачет	-
Экзамен	36
Общее количество часов	144 час.

2. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Методы исследований в маркетинге» является формирование у магистров теоретических знаний и практических навыков, необходимых для организации и проведения маркетингового исследования и разработки на основе его результатов компетентных управленческих решений.

Основными задачами учебной дисциплины «Методы исследований в маркетинге» являются в теоретической и методологической областях – освоение методологий маркетинговых исследований и изучение современных технологий маркетинговых исследований; в практической области – овладение навыками разработки программ маркетинговых исследований и умение их проведения.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Методы исследований в маркетинге» относится к дисциплинам Блок 1.Дисциплины (модули) . Обязательная часть . Б1.О.02.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями (результатами освоения образовательной программы):

Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1);

Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач; (ОПК-2).

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП:

Компетенции		Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП		
Код	Формулировка	Знать:	Уметь	Владеть:
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	-методы критического анализа и оценки современных научных достижений; -методы критического анализа; основные принципы критического анализа; -принципы сбора, отбора и обобщения информации; - определение понятия «информация»: виды и характеристики.	-определять базовые требования задачи; - соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности; -	- практическим опытом анализа задач; - практическим опытом работы с информационными источниками, опыт научного поиска, создания научных текстов; - основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации для представления в доступной и понятной форме результатов своей профессиональной деятельности.
ОПК-2	Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач;	-методы техники и методики сбора данных, инструментарий для анализа и решения управленческих и исследовательских задач; -как и зачем использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы; - методы и технологии принятия организационно-управленческих решений.	-применять методы и методики сбора данных, инструментарий для анализа и решения управленческих и исследовательских задач; - применять интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач;	-навыками сбора данных, инструментарием для анализа и решения управленческих и исследовательских задач; - навыками использования интеллектуальных информационно-аналитических систем при решении управленческих и исследовательских задач

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств

(включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

№ п/ п	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа Студентов		Формы контроля	Литерат ура
		л	Лаб. и пр	Содержание	Час ы		
1	Лекция «Содержание и направление маркетинговых исследований». Цели, задачи и основные понятия маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система. Проектирование МИС. Отличительные особенности маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований.	4	4	Прогнозирование в маркетинговых исследованиях. Общая характеристика методов прогнозирования, применяемых в маркетинговых исследованиях.	12	Конспект, опрос	[1-30]; [4-9 д]
2	Лекция «Процесс маркетинговых исследований». Общая характеристика последовательности этапов проведения маркетинговых исследований. Определение потребности в проведении маркетингового исследования. Определение маркетинговой проблемы. Типы маркетинговых проблем.	2	2	Формирование целей маркетинговых исследований. Характер целей маркетинговых исследований.	10	Работа с литературой, доклад	[1-30]; [4-9 д]

3	Лекция «Выбор методов проведения маркетинговых исследований». Общая характеристика методов проведения маркетинговых исследований. Методы социологических исследований.	2	2	Экспертные оценки. Общая характеристика. Экспертные опросы, проводимые в несколько туров. Метод коллективной генерации идей. Порядок проведения экспертных опросов и содержание их отдельных этапов.	12	Опрос, доклад	[1-3о]; [4-9 д]
4	Лекция «Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований.». Определение эксперимента. Типы экспериментов. Лабораторные и полевые эксперименты.	2	2	Тестирование рынка: контролируемое, электронное и имитационное. Недостатки методов тестирования. Проектирование экспериментов.	12	Опрос, работа с конспектами	[1-3о]; [4-9 д]
5	Лекция «Определение методов сбора данных». Общая характеристика методов сбора данных. Количественные исследования. Качественные исследования. Наблюдение и его роль при проведении маркетинговых исследований. Виды наблюдений. Условия успешного проведения наблюдения. Этапы проведения наблюдения. Метод фокус – группы, цели применения данного метода. Достоинства и недостатки метода фокус – группы.	4	4	Методы опроса. Выборочные и панельные опросы. Достоинства методов опроса. Панельный метод обследования. Виды панелей. Процесс формирования панелей. Методы получения данных от респондентов.	14	Работа с учебным и моделям и. Опрос	[1-3о]; [4-9 д]

6	Лекция «Составление анкет (вопросника)» Функции вопросника. Последовательность процесса составления вопросника. Содержание вопросника. Основные форматы задаваемых вопросов. Содержание вопросов. Требования к составлению вопросника.	2	2			Работа с учебной литературой Практическое занятие	[1-30]; [4-9 д]
7	Лекция «Организация выборочных полевых исследований». Представительность выборки. Проблемы формирования выборки. Методы формирования выборки. Этапы разработки выборочного плана. Определение объема выборки.	2	2	Методы формирования выборки. Этапы разработки выборочного плана. Определение объема выборки.	12	Работа с учебной литературой Презентации	[1-30]; [4-9 д]
	Итого	18	18		72		

Примечания:

– Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.

– В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте и с использованием платформ дистанционного обучения.

6. Образовательные технологии

В соответствии с государственными образовательными стандартами высшего образования реализация учебного процесса должна предусматривать проведение занятий в интерактивных и активных формах. Внедрение этих форм обучения – одно из важнейших направлений совершенствования подготовки студентов в современном вузе. Цель – повышение эффективности образовательного процесса, достижение всеми обучающимися высоких результатов обучения.

Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуации. Суть использования активных и интерактивных форм проведения состоит в погружении студентов в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки навыков и качеств будущего специалиста.

Для решения воспитательных и учебных задач преподавателем могут быть использованы следующие интерактивные формы обучения.

Традиционные лекции и практические (семинарские) занятия с использованием современных интерактивных технологий.

Лекция-диалог – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции.

Онлайн-семинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника.

Видеоконференция – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

Видео-лекция – снятая на камеру сокращенная лекция, дополненная фотографиями и схемами, иллюстрирующая подаваемый в лекции материал.

Технология электронного обучения (реализуется при помощи электронной образовательной среды СОГУ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении автоматизированного тестирования и т. д.).

Творческое задание составляет содержание (основу) любой интерактивной формы проведения занятия. Выполнение творческих заданий требует от студента воспроизведения полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем и требующей творческого подхода: 1) подборка примеров из практики; 2) подборка материала по определенной проблеме;

Публичная презентация проекта - самый эффективный способ донесения важной информации при публичных выступлениях. Слайд-презентации позволяют эффектно и наглядно представить содержание, выделить и проиллюстрировать сообщение.

Интерактивная лекция представляет собой выступление преподавателя перед аудиторией студентов с применением следующих интерактивных форм обучения: 1. управляемая дискуссия или беседа; 2. демонстрация слайдов или учебных фильмов; 3. мозговой штурм; 4. мотивационная речь и др.

Разработка проекта позволяет участникам мысленно выйти за пределы аудитории и составить проект своих действий по обсуждаемому вопросу. Участники могут обратиться за консультацией, дополнительной литературой в специализированные учреждения, библиотеки и т.д.

Проблемное обучение- поиск ответов на вопросы по теме.

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

К видам самостоятельной работы при изучении данной дисциплины относятся: написание докладов, эссе, подготовка презентаций, самостоятельное изучение литературы по теме и составление по ней конспектов, работа со справочными материалами (терминологическими и иными словарями, энциклопедиями) и т.д.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

Методические рекомендации по дисциплине прилагаются.

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

Рабочая программа предусматривает проведение практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу магистрантов по подготовке устных докладов, написанию рефератов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины.

Виды контроля.

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний \

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию.

Формами текущего контроля могут быть *опросы на семинарских, практических и лабораторных занятиях, а также короткие (например, до 15 мин.) задания*, выполняемые студентами в начале лекции с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или в конце лекции для выяснения степени усвоения изложенного материала.

Критерии формирования оценок.

Практические занятия

Практические занятия призваны сформировать у магистранта практические навыки планирования основных параметров деятельности предприятий разной отраслевой принадлежности и организационно-правовых форм.

Целями практических занятий являются: 1) более глубокое знакомство с некоторыми узловыми вопросами соответствующего раздела; 2) обретение навыков научно-исследовательской работы; 3) выработка умения самостоятельно и критически подходить к решению проблемной ситуации; 4) формирование общекультурных и профессиональных компетенций курса.

Критерии формирования оценок.

Максимальное количество баллов за работу на практическом занятии – 5 баллов.

5 балла – студент хорошо разбирается в обсуждаемом материале, демонстрирует умение самостоятельно решать проблемную ситуацию, приходит к самостоятельным аргументированным выводам и отстаивает свою точку зрения, соблюдает нормы литературной речи, активно участвует в работе группы на занятии.

4 балла – студент разбирается в обсуждаемом материале, демонстрирует умение находить подходы к решению проблемной ситуации, приходит к самостоятельным аргументированным выводам, не проявляет активность в работе группы на семинаре.

3 балла – студент неполно владеет материалом, при изложении фактического материала допуская отдельные неточности, знает материал и различные точки зрения по обсуждаемой проблеме, но возникают трудности с их анализом, демонстрирует понимание проблемной ситуации, умеет излагать собственную позицию, но не все выводы носят доказательный характер

Примеры задач по Маркетинговым исследованиям

Методы анализа прогнозирования спроса

Задача 1. Сформулируйте экономико-математическую модель прогнозирования спроса. Охарактеризуйте основные факторы воздействующие на спрос.

Задача 2. В результате повышения цен товара с 5000 руб. до 6000 руб.

Объем спроса на товар сократился с 9000000 штук до 7000000 штук в год. Общий уровень цен не изменился. Определить коэффициент прямой эластичности спроса по цене.

Задача 3. В таблице 1 приведена информация об объемах спроса потребителей А,В,С на товар "Х".

Таблица 1

	Объем спроса потребителя А (кг в месяц)	Объем спроса потребителя В (кг в месяц)	Объем спроса потребителя С (кг в месяц)
0	7	7	6
1	7	6	4
2	6	4	0
3	4	0	0

4	0	0	0
---	---	---	---

Построить графически линию спроса на данный товар. Какие задачи могут быть поставлены перед исследователем при изучении и прогнозировании спроса?

Контрольные вопросы

1. Почему необходимо изучать и прогнозировать спрос?
2. Какая существует связь между концепцией маркетинга и прогнозированием спроса?
3. Что такое спрос?
4. Как классифицируется спрос по основным признакам?
5. Какие задачи ставятся при изучении и прогнозировании спроса в зависимости от концепции жизненного цикла товара?
6. Как можно определить спрос на товар того или иного предприятия?
7. Какие методы могут быть использованы при анализе и прогнозировании спроса?
8. Как определяется качество и достоверность прогноза?
9. В чем сущность формализованных и интуитивных методов прогнозирования спроса?

Вопросы для подготовки к зачету/экзамену

1. Цели, задачи и основные понятия маркетинговых исследований.
2. Виды маркетинговых исследований: стандартные и специальные исследования.
3. Виды маркетинговых исследований: постоянные и разовые исследования, кабинетные и внекабинетные исследования.
4. Маркетинговая информационная система.
5. Проектирование маркетинговой информационной системы.
6. Организации маркетинговых исследований.
7. Общая характеристика последовательности этапов проведения маркетинговых исследований.
8. Определение потребности в проведении маркетинговых исследований.
9. Определение проблем в маркетинговых исследованиях.
10. Типы маркетинговых проблем.
11. Этапы процесса выявления проблем управления маркетингом.
12. Формулирование целей маркетинговых исследований.
13. Характер целей маркетинговых исследований.
14. Содержание и методы проведения отдельных видов маркетинговых исследований.
15. Виды экономико-математических методов, используемых при проведении маркетинговых исследований.
16. Разведочные исследования: понятие и методы проведения.
17. Описательные исследования.
18. Казуальные исследования.
19. Сущность эксперимента.

20. Лабораторные и полевые эксперименты.
21. Тестирование рынка. Виды тестирования.
22. Недостатки методов тестирования.
23. Проектирование экспериментов.
24. Первичная информация и ее источники.
25. Вторичная информация и ее источники.
26. Специальные виды вторичной маркетинговой информации.
27. Общая характеристика методов сбора данных.
28. Наблюдение и его роль при проведении маркетинговых исследований.
29. Виды наблюдений.
30. Преимущества и недостатки наблюдения.
31. Условия успешного проведения наблюдений.
32. Этапы проведения наблюдения.
33. Метод фокус - группы.
34. Организация деятельности фокус – группы.
35. Достоинства и недостатки фокус – группы.
36. Методы опроса. Виды методов опроса.
37. Достоинства методов опроса.
38. Способы сбора информации при проведении опросов.
39. Панельный метод обследования и его преимущества.
40. Виды панелей.
41. Процесс формирования панели.
42. Методы получения данных от респондентов.
43. Понятие и функции анкеты (вопросника).
44. Последовательность процесса составления вопросника.
45. Содержание вопросника. Основные форматы задаваемых вопросов.
46. Требования к составлению вопросника.
47. Проблемы формирования выборки.
48. Методы формирования выборки.
49. Определение объема выборки.
50. Организация и проведение сбора данных.
51. Анализ собранных данных в маркетинговом исследовании.
52. Структура заключительного отчета о проведенном исследовании.
53. Вводная часть отчета о проведенном исследовании.
54. Основная и заключительная части отчета о проведенном исследовании.

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровень сформированности компетенций

«Минимальный уровень не достигнут»	«Минимальный уровень»	«Средний уровень»	«Высокий уровень»
<p><u>Компетенции не сформированы.</u></p> <p>Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.</p>	<p><u>Компетенции сформированы.</u></p> <p>Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.</p>	<p><u>Компетенции сформированы.</u></p> <p>Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.</p>	<p><u>Компетенции сформированы.</u></p> <p>Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка</p>
Описание критериев оценивания			
<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности. 	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить. 	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, 	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания, а также дополнительные вопросы экзаменатора;

		рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов, присутствует неуверенность в ответах.	- умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено»	Оценка «хорошо» / «зачтено»	Оценка «отлично» / «зачтено»

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513628>
2. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511401>
3. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16502-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531181>

б) дополнительная литература:

4. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3225-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425174>
5. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. — 2-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2019. — 294 с. : ил. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211>

6. Складорова, О.А. Маркетинговый анализ : учебное пособие : [16+] / О.А. Складорова ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2017. – 115 с. : табл., граф., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567428>
7. Цой, М.Е. Маркетинговые исследования : учебное пособие : в 3 частях : [16+] / М.Е. Цой, В.Ю. Щеколдин ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. – Ч. 1. Направления и методы маркетинговых исследований. – 67 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575338>
8. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга : учебное пособие : [16+] / Ю.В. Морозов. – 8-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 148 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573185>
9. Романов, А.А. Маркетинг : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 440 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496077>

в) электронные библиотечные системы, с которыми у СОГУ имеется действующий договор, современные профессиональные базы, информационные справочные системы:

- eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – URL: <http://www.elibrary.ru>.
- База данных «ЭБС elibrary»: <http://elibrary.ru>
- Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://biblio-online.ru>.
- Университетская библиотека online [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.biblioclub.ru>.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Занятия по дисциплине проводятся в аудиториях, обеспеченных компьютерами, имеющими доступ к сети Интернет, интерактивными досками и мультимедийным оборудованием.

Лицензионное программное обеспечение:

1. Windows 10 Pro for Workstations, (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г);
2. Office Standard 2016 (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г);
3. Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат ВУЗ»;

Перечень ПО в свободном доступе:

1. Kaspersky Free;
2. WinRar;
3. Google Chrome;
4. Yandex Browser;
5. OperaBrowser.