

*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
«Современный стратегический анализ 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 Наниева Л.В.

Владикавказ

2023

1. Структура, и общая трудоемкость дисциплины

	Очная форма обучения
Курс	1
Семестр	1
Лекции	
Практические (семинарские) занятия	16
Лабораторные занятия	
Консультации	
Итого аудиторных занятий	16
Самостоятельная работа	92
Курсовой проект	
Форма контроля	
Экзамен	
Зачет	+
Всего	108

2. Цели освоения дисциплины:

формирование у будущих специалистов теоретических знаний и практических навыков, позволяющих им анализировать экономические и социальные изменения в рыночной среде фирмы и применять инструменты стратегического маркетинга для повышения эффективности деятельности организации.

3. Связь с другими дисциплинами Учебного плана:

Б1.О.03

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные обучающимися в бакалавриате в результате освоения курсов «Основы менеджмента», «Маркетинг», «Маркетинговый анализ» «Стратегический менеджмент» и т.д.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина «Современный стратегический анализ в маркетинге» направлена на формирование следующих **компетенций** у магистрантов по направлению «Маркетинг, реклама и связи с общественностью»:

-способность руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций. (ОПК-4);

- способность организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели. (УК-3)

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП:

Компетенции		Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП		
Код	Формулировка	Знать:	Уметь	Владеть:
ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	<ul style="list-style-type: none"> - теорию проектной и процессной деятельности в организации; - основные инструменты лидерских и коммуникативных навыков; - основные методы управления; - стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций 	<ul style="list-style-type: none"> - руководить проектной и процессной деятельностью в организации; - выявлять и оценивать новые рыночные возможности организации (проекта) 	<ul style="list-style-type: none"> - способностью выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций; - навыками развития инновационных направлений деятельности и соответствующими им бизнес-моделями организаций
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	<ul style="list-style-type: none"> - различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия; - особенности поведения личности в командной работе; - методы продуктивного взаимодействия в командной работе 	<ul style="list-style-type: none"> - строить деловые отношения с окружающими людьми, с коллегами; - учитывать особенности поведения и интересы других участников команды; - строить продуктивное взаимодействие 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками практического опыта участия в командной работе; - навыками социального взаимодействия; - методами продуктивного взаимодействия в командной работе и предотвращения конфликтов; - _ навыками решения конфликтных ситуаций

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

№ недели	Наименование тем (вопросов) изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа		Форма контроля	Баллы	Литература
		Лекции, часов	Практические (семинарские) занятия,	Содержание	Часы			
1 семестр								
1-2	Сущность и становление стратегического управления. Формирование миссии и стратегии предприятия.		2	Классификация кризисных явлений и ситуаций. Социально-экономические последствия кризисов. Необходимость и сущность антикризисного управления.	7	Работа на практических занятиях, доклады и рефераты		[1 2 3]
3-4	Критерии классификации, генезис и виды стратегий. Последовательность этапов формирования маркетинговой стратегии.		2	Модели, критерии стратегий; типы стратегий мелких, средних и крупных фирм; атакующие стратегии; приоритеты проблем маркетинга различных продуктов.	7	Работа на практических занятиях, доклады и рефераты		[4 6 8]
5-6	Стратегический анализ среды управления. Стратегическое планирование		2	Внешняя и внутренняя среда управления; СТЕП (ПЕСТ-) и СВОТ – анализ среды; преимущества проведения вышеперечисленных анализов	7	Работа на практических занятиях		[9 5 7]
7-8	Реализация стратегии, стратегический контроль и бенчмаркинг		2	Основы стратегического брендинга: стратегический брендинг; принципы создания конкурентоспособного бренда.	7	Работа на практических занятиях		[1 2 3]
9-10	Маркетинговое планирование: назначение и виды маркетинговых		2	Виды планирования и их назначение в стратегическом управлении; стратегическое планирование – центральное звено стратегического управления	7	Работа на практических занятиях,		[2 5 7 8]

	планов					доклады и рефераты			
11-12	Факторы конкурентоспособности. Виды конкурентных стратегий		2	Факторы выработки миссии; использование миссии в практике стратегического управления; цели и стратегические приоритеты; требования к целям	7	Работа на практических занятиях, доклады и рефераты			[468]
13-14	Анализ конкурентных преимуществ: теории конкурентоспособности и основные конкурентные силы		2	Первые стратеги-исследователи и практики. Основоположники современной теории	7	Работа на практических занятиях, доклады и рефераты			[957]
15-16	Портфельные стратегии и их анализ. Стратегическая сегментация ры		2	Сущность и философия CRM. Технология, функции и инфраструктура CRM	7	Работа на практических занятиях, доклады и рефераты			[123]
17-18				Этапы формирования стратегий; прогнозные оценки результативности двух альтернатив стратегий	7	доклады и рефераты			[2578]
19-20				Теории конкурентоспособности и основные конкурентные силы	7	доклады и рефераты			[123]
21-22				Центральные компетенции и цепочка стоимости; факторы конкурентоспособности; виды конкурентных стратегий	7	доклады и рефераты			[2578]
23-24				Портфельные стратегии и их анализ.	7	доклады и рефераты			[123]
25-26				Стратегическая сегментация рынка	7				
	Итого за семестр		16		92				

Форма контроля - зачет

6. Образовательные технологии

Для достижения планируемых результатов освоения дисциплины, используются различные образовательные технологии:

- **практические (семинарские) занятия** с использованием современных интерактивных технологий;
- **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 (Zoom, Meet, Skype и др.);
- **доклад** – студент готовит краткое сообщение по вопросу темы, оформляет работу в соответствии с требованиями и сдает ее преподавателю;
- **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.

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

Методические рекомендации по написанию докладов (рефератов)

Доклад — письменная работа по определенной научной проблеме, краткое изложение содержания научного труда или научной проблемы. Он является действенной формой самостоятельного исследования научных проблем на основе изучения текстов, специальной литературы, а также на основе личных наблюдений, исследований и практического опыта.

Реферат помогает выработать навыки и приемы самостоятельного научного поиска, грамотного и логического изложения избранной проблемы и способствует приобщению студентов к научной деятельности.

Последовательность работы:

1. Выбор темы исследования. Тема реферата выбирается студентом на основе его научного интереса. Также помощь в выборе темы может оказать преподаватель.

2. Планирование исследования. Включает составление календарного плана научного исследования и плана предполагаемого реферата. Календарный план исследования включает следующие элементы: выбор и формулирование проблемы, разработка плана исследования и предварительного плана реферата; сбор и изучение исходного материала, поиск литературы; анализ собранного материала, теоретическая разработка проблемы; сообщение о предварительных результатах исследования; литературное оформление исследовательской проблемы; обсуждение работы (на семинаре и т. п.).

3. Поиск и изучение литературы. Для выявления необходимой литературы следует обратиться в библиотеку или к преподавателю. Подбранную литературу следует зафиксировать согласно ГОСТ по библиографическому описанию произведений печати. Для разработки реферата достаточно изучение 4-5 важнейших статей по избранной проблеме. При изучении литературы необходимо выбирать материал, не только подтверждающий позицию автора реферата, но и материал для полемики.

4. Обработка материала. При обработке полученного материала автор должен: систематизировать его по разделам; выдвинуть и обосновать свои гипотезы; определить свою позицию, точку зрения по рассматриваемой проблеме; уточнить объем и содержание понятий, которыми приходится

оперировать при разработке темы; сформулировать определения и основные выводы, характеризующие результаты исследования; окончательно уточнить структуру реферата.

5 Оформление реферата. При оформлении реферата рекомендуется придерживаться следующих правил: Следует писать лишь то, чем автор хочет выразить сущность проблемы, ее логику; писать строго последовательно, логично, доказательно (по схеме: тезис – обоснование – вывод); писать ярко, образно, живо, не только вскрывая истину, но и отражая свою позицию, пропагандируя полученные результаты; писать осмысленно, соблюдая правила грамматики, не злоупотребляя наукообразными выражениями.

Реферат выполняется в соответствии с требованиями стандартов, разработанных для данного вида документов. Работа должна быть выполнена на белой бумаге стандартного листа А4. Текст должен быть отпечатан на компьютере в текстовом редакторе Microsoft Word и отвечать следующим требованиям: параметры полей страниц должны быть в пределах: верхнее и нижнее – по 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм, шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – полуторный. Лента принтера – только чёрного цвета.

Нумерация страниц в реферате должна быть сквозной, начиная с третьей страницы. Номер проставляется арабскими цифрами вверху каждой страницы справа.

При изложении материала необходимо придерживаться принятого плана. Библиографический список составляется на основе источников, которые были просмотрены и изучены студентом при написании реферата. Данный список отражает самостоятельную творческую работу студента, что позволяет судить о степени его подготовки и углублении в выбранную тематику.

Методические рекомендации по созданию мультимедийной презентации

Структура и содержание презентации – это личное творчество автора. Полезно использовать шаблоны оформления для подготовки компьютерной презентации. Слайды желательно не перегружать текстом, лучше разместить короткие тезисы. На слайдах необходимо демонстрировать небольшие фрагменты текста доступные для чтения на расстоянии; 2-3 фотографии или рисунка.

Наиболее важный материал лучше выделить. Таблицы с цифровыми данными плохо воспринимаются со слайдов, в этом случае цифровой материал, по возможности, лучше представить в виде графиков и диаграмм.

Не следует излишне увлекаться мультимедийными эффектами анимации. Особенно нежелательны такие эффекты как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста и т.д. Оптимальная настройка эффектов анимации – появление, в первую очередь, заголовка слайда, а затем — текста по абзацам. При этом если несколько слайдов имеют одинаковое название, то заголовок слайда должен постоянно оставаться на экране. Чтобы обеспечить хорошую читаемость презентации необходимо подобрать темный цвет фона и светлый цвет шрифта. Нельзя также выбирать фон, который содержит активный рисунок.

Желательно подготовить к каждому слайду заметки по докладу. Затем распечатать их и использовать при подготовке или на самой презентации. Можно распечатать некоторые ключевые слайды в качестве раздаточного материала. Необходимо обязательно соблюдать единый стиль оформления презентации и обратить внимание на стилистическую грамотность.

Следует пронумеровать слайды. Это позволит быстро обращаться к конкретному слайду в случае необходимости.

Рекомендации по содержанию и структуре слайдов мультимедийной презентации:

1-й слайд (титульный), на фоне которого студент представляет тему проекта, ФИО и научного руководителя.

2-й слайд. Включает в себя объект, предмет и гипотезу исследования.

3-й слайд. Содержит цель и задачи исследования. Цель проекта должна быть написана на экране крупным шрифтом. Здесь же, если позволяет место, можно написать и задачи. Задачи могут быть представлены и на следующем слайде.

4-й - слайд. Содержит структуру работы, которую можно предоставить, например, в виде графических блоков со стрелками. А также – перечисление применяемых методов и методик.

5-й - слайд. Представляется содержание и теоретическая значимость проекта. Суть решаемой проблемы может быть представлена в виде схем, таблиц, диаграмм, графиков, фотографий, фрагментов фильмов и т.п. На теоретическую часть представления проекта должно быть создано несколько слайдов.

6-й - слайд. Возможности применения результатов работы на практике. На эту тему также должно быть несколько слайдов.

7-й слайд. Главные выводы, итоги, результаты проекта целесообразно поместить на отдельном слайде. При этом не следует перечислять то, что было сделано, а лаконично изложить суть значимости проекта или полученных результатов исследования.

Последний слайд. В конец презентации желательно поместить слайд с текстом «Спасибо за внимание!».

Методические рекомендации по использованию информационно-коммуникативных технологий обучения

Для изучения лекционного материала дисциплины применяются аудиовизуальные (мультимедийные) технологии, которые не отрицают традиционные, проверенные временем методы преподавания, но, при этом, они повышают наглядность, информативность, оперативность в подаче информации, позволяют экономить время занятий.

Каждое семинарское занятие имеет свою особую форму проведения, свою методологическую специфику, что позволяет развивать у студентов различные общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции. Постановка проблемы, разбор актуальных конкретных и гипотетических ситуаций, создание атмосферы диалога между преподавателем и группой позволяет работать индивидуально и в малых группах, коллективно обсуждать определенный тематический материал, а также инициировать самостоятельную работу студентов.

При осмыслении содержания вопросов практических занятий преследуется цель соблюдать преемственность в профессиональном и в творческом развитии студентов. Контроль самостоятельной работы студентов призван сделать процесс обучения более целостным и органичным. Его задача не оставить без внимания даже, на первый взгляд, малозначительные вопросы. Компьютерное тестирование позволяет осуществлять итоговый контроль знаний студентов. Тестовый материал включает в себя содержание вопросов по каждому из обозначенных программой разделов.

Каждый вопрос предполагает несколько вариантов ответов, среди которых имеются абсолютно неверный, правильный и в большей или меньшей степени раскрывающий сущность вопроса. В процессе компьютерного тестирования задача студентов определяется как выбор правильного ответа из многообразия вариантов. В тестовых заданиях есть вопросы на соответствие. В процессе компьютерного тестирования, задача студента определяется как выбор правильного ответа из многообразия вариантов.

8. Оценочные средства для текущего контроля

Вопросы для самостоятельной подготовки к зачету

1. Сущность и становление стратегического управления.
2. Отличие стратегического маркетинга от других его видов.
3. Стратегия и стратегическое управление.
4. Объекты, субъекты и уровни стратегического управления.
5. Управление функционированием и развитием.
6. Влияние ценностей и культуры фирмы на выбор стратегии.
7. Миссия фирмы. Использование миссии в практике стратегического управления.
8. Взаимосвязь миссии, целей, стратегий.
9. Факторы выработки миссии.
10. Стратегическое планирование- центральное звено стратегического управления.
11. Виды планирования и их назначение в стратегическом управлении.
12. Стратегическое планирование – непрерывный процесс.
13. Последовательность этапов формирования маркетинговой стратегии.
14. Понятие стратегического видения.
15. Цели организации: понятие и виды.
16. Требования к целям.
17. Содержание стратегической маркетинговой деятельности.
18. Этапы стратегического маркетинга.

19. Внешняя и внутренняя среда управления.
20. Теории конкурентоспособности и основные конкурентные силы.
21. Конкурентные преимущества товаров.
22. Стратегический контроль: критерии и показатели оценки.
23. STEP и SWOT анализы среды управления.
24. Методы контроля.
25. Реализация стратегии.
26. Критерии классификации, генезис и виды стратегий.
27. Бенчмаркинг.
28. Последовательность этапов формирования маркетинговой стратегии.
29. Бизнес-планирование в компаниях.
30. Состав бизнес – плана.
31. Стратегия и стратегические планы.
32. Виды планирования и их назначение в стратегическом управлении.
33. Исходная информация для составления бизнес-плана.
34. Взаимосвязь миссий, целей, стратегий.
35. Современные тенденции развития стратегического контроля.
36. Стратегическое планирование- центральное звено стратегического управления.
37. Бюджет маркетинга.
38. Конкурентные стратегии фирм лидеров.
39. Портфельные стратегии и их анализ.
40. Стратегическая сегментация рынка.
41. Стратегическое партнерство с потребителями. Сущность и философия CRM.

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

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут» (менее 50 баллов)	«Минимальный уровень» (50-70 баллов)	«Средний уровень» (71-85 баллов)	«Высокий уровень» (86-100 баллов)
<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			
Обучающийся демонстрирует:	Обучающийся демонстрирует:	Обучающийся демонстрирует:	Обучающийся демонстрирует:

<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. 	<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. 	<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, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. <p>Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов, присутствует неуверенность в ответах.</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; - 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. **Романов А.Н.** Экономика предприятия: учебник_ Москва: Юнити-Дана, 2020
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118263>
2. **Лужнова Н. В., Калиева О. М.** Стратегическое маркетинговое управление: учебник - Оренбург: ОГУ, 2022
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>
3. **Четвериков, А.Ю.** Глобальная маркетинговая среда: микросреда, макросреда, реакция на маркетинговую среду / А.Ю. Четвериков. – Москва : Лаборатория книги, 2019. – 92 с.
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139747>
4. **Жук Е. С., Кетова Н. П.** Стратегический маркетинг: учебник_ Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2021
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241057>

б) дополнительная литература:

5. Федотов, Н.М. Стратегии привлечения клиентов / Н.М. Федотов. – Москва : Лаборатория книги, 202-. – 96 с.
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89724>
6. Сорокин, О.М. Маркетинг на предприятии: роль и особенности / О.М. Сорокин. – Москва : Лаборатория книги, 2021. – 86 с. – Режим доступа: по подписке. –
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87325>
7. Давар, Н. Идеальный маркетинг: о чем забыли 98% маркетологов / Н. Давар ; ред. Л. Мамедова ; пер. С.А. Филин. – Москва : Альпина Паблишер, 2019. – 214 с.
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443012>
8. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер ; ред. М. Суханова ; пер. с англ. Т.В. Виноградовой, А.А. Чеха, Л.Л. Царук. – 7-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2022. – 211
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742>
9. Мансуров, Р.Е. Технологии маркетинга / Р.Е. Мансуров. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2020. – 183 с. : ил., табл.
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464468>

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.