



**Автономная некоммерческая образовательная организация  
высшего образования  
«Воронежский экономико-правовой институт»  
(АНОО ВО «ВЭПИ»)**

**УТВЕРДАЮ**



15 октября 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.О.18 Маркетинг в инновационной сфере**  
(наименование дисциплины (модуля))

**27.03.05 Инноватика**  
(код и наименование направления подготовки)

**Направленность (профиль) Инновационные технологии**  
(наименование направленности (профиля))

**Квалификация выпускника Бакалавр**  
(наименование квалификации)

**Форма обучения Очная, заочная**  
(очная, заочная)

Рекомендована к использованию Филиалами АНОО ВО «ВЭПИ»

Воронеж 2025

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденного приказом Минобрнауки России от 31.07.2020 № 870 (ред. от 27.02.2023), учебным планом по направлению подготовки 27.03.05 Инноватика, направленность (профиль) «Инновационные технологии».

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента АНОО ВО «ВЭПИ».

Протокол от « 19 » сентября 2025 г. № 2

Заведующий кафедрой



И.С. Иголкин

Разработчики:

Доцент



А.А. Галкин

## **1. Цель освоения дисциплины (модуля)**

Целью освоения дисциплины (модуля) «Маркетинг в инновационной сфере» является овладение знаниями о поведении субъектов рыночной экономики для оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управлеченческих задач, разработки и осуществления стратегии организации с учётом требованияния рыночной конъюнктуры, организации и поддержания связей с деловыми партнёрами, расширения внешних связей.

## **2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата**

Дисциплина (модуль) «Маркетинг в инновационной сфере» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Для освоения данной дисциплины (модуля) необходимы результаты обучения, полученные в предшествующих дисциплинах (модулях) и практиках: «Экономическая теория».

Перечень последующих дисциплин (модулей) и практик, для которых необходимы результаты обучения, полученные в данной дисциплине (модуле): «Управление качеством», «Инновационный менеджмент».

## **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесённых с установленными в образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата индикаторами достижения компетенций**

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	<b>ИУК 2.1</b> Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач	Знать: основные понятия и категории экономики, экономические законы и закономерности; теорию рыночного спроса и рыночного предложения, рыночные структуры, теорию издержек производства, макроэкономические показатели, основные виды налогов, виды ценных бумаг, факторы экономического роста Уметь: приводить примеры: факторов производства и факторных доходов, российских предприятий разных организационных форм, глобальных экономических проблем Владеть: навыками выбора из предлагаемого перечня оптимальных источников экономической информации; навыками оценки экономических действий субъекта в качестве потребителя, члена семьи и гражданина

	<p><b>ИУК 2.2</b> Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>Знать: способы определения задач в рамках поставленной цели, выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. Формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определять ожидаемые результаты решения выделенных задач</p> <p>Уметь: проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>Владеть: методами решения конкретных задач проекта заявленного качества и за установленное время. Публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта</p>
	<p><b>ИУК 2.3</b> Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время</p>	<p>Знать: как публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта</p> <p>Уметь: решать конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время</p> <p>Владеть: навыками формулирования в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение</p>
<p><b>ОПК-6.</b>Способен обосновывать принятие технического решения при разработке инновационного проекта, выбирать технические средства и технологии, в том числе с учетом экологических последствий их применения</p>	<p><b>ИОПК 6.1</b> Разрабатывает инновационный проект с учётом особенностей принятия технического решения</p>	<p>Знать: основные правила начертательной геометрии, приемы компьютерной графики на стадии конструирования и чтения чертежей сложных изделий</p> <p>Уметь: использовать принципы графического представления пространственных образов, систему проектно-конструкторской документации, правила построения технических схем и чертежей</p> <p>Владеть: навыками чтения и выполнения проектно-конструкторской документации в т.ч. с использованием средств компьютерной графики</p>
	<p><b>ИОПК 6.2</b> Применяет современные технические средства и технологии при разработке проекта с учётом экологических последствий</p>	<p>Знать: влияние научно-технического прогресса на конкурентоспособность технологий; знать научные основы выбора материала; классификацию, структуру, свойства, функции и применение промышленных технологий и инноваций, а также возможности их получения и использования; значение промышленных технологий; эффективность автоматизации и компьютеризации производства; эффективность применения промышленных технологий и инноваций</p>

		Уметь: рассчитывать экономическую эффективность применения промышленных технологий и инноваций; рассчитывать снижение себестоимости, повышение эффективности использования материальных ресурсов, расширения масштабов технического перевооружения; собирать, анализировать и обрабатывать статистические данные в области промышленных технологий и инноваций; рассчитывать эффективность компьютеризации и автоматизации внедрения инновационных проектов; анализировать спрос на промышленные технологии и инновации Владеть: терминологией в области промышленных технологий и инноваций; методами анализа, обобщения и восприятия информации, постановкой целей и выбором путей ее достижения, способностями к саморазвитию повышению своей квалификации и мастерства
--	--	---

## 4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

### 4.1. Структура дисциплины (модуля)

4.1.1. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы по очной форме обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр	
		№ 5	№ 6
		часов	часов
Контактная работа (всего):	176	68	108
В том числе:			
Лекции (Л)	88	34	54
Практические занятия (Пр)	88	34	54
Лабораторная работа (Лаб)			
Самостоятельная работа обучающихся (СР), в том числе выполнение курсовой работы (проекта)	112	40	72
Промежуточная аттестация	Форма промежуточной аттестации	За, Эк	За
	Количество часов	36	36
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	Часы	324	108
	Зачетные единицы	9	3
			6

4.1.2. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы по заочной форме обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Курс
		№ 3
		часов
Контактная работа (всего):	32	32
В том числе:		
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия (Пр)	16	16
Лабораторная работа (Лаб)		
Самостоятельная работа обучающихся (СР), в том числе выполнение курсовой работы (проекта)	279	279
Промежуточная аттестация	Форма промежуточной аттестации	За, Эк
	Количество часов	13
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	Часы	324
	Зачетные единицы	9

4.2. Содержание дисциплины (модуля):

4.2.1. Содержание дисциплины (модуля) по очной форме

## обучения:

Наименование раздела, темы	Код компетенции, код индикатора достижения компетенции	Количество часов, выделяемых на контактную работу, по видам учебных занятий			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		Л	Пр	Лаб			
Тема 1. Сущность маркетинга. Основные Категории и концепции маркетинга	УК-2 (ИУК-2.1, ИУК-2.2, ИУК-2.3) ОПК-6 (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2)	11	11	-	14	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
Тема 2. Стратегия маркетинга	УК-2 (ИУК-2.1, ИУК-2.2, ИУК-2.3) ОПК-6 (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2)	11	11	-	14	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
Тема 3. Исследование рынка	УК-2 (ИУК-2.1, ИУК-2.2, ИУК-2.3) ОПК-6 (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2)	11	11	-	14	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное задание
Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование товара	УК-2 (ИУК-2.1, ИУК-2.2, ИУК-2.3) ОПК-6 (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2)	11	11	-	14	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы
Тема 5. Товар в маркетинге	УК-2 (ИУК-2.1, ИУК-2.2, ИУК-2.3) ОПК-6 (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2)	11	11	-	14	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
Тема 6. Цена и ценообразование.	УК-2 (ИУК-2.1, ИУК-2.2, ИУК-2.3) ОПК-6 (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2)	11	11	-	14	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы
Тема 7. Каналы товародвижения	УК-2 (ИУК-2.1, ИУК-2.2, ИУК-2.3) ОПК-6 (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2)	11	10	-	14	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы

Наименование раздела, темы	Код компетенции, код индикатора достижения компетенции	Количество часов, выделяемых на контактную работу, по видам учебных занятий			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		Л	Пр	Лаб			
Тема 8. Организация маркетинга	УК-2 (ИУК-2.1, ИУК-2.2, ИУК-2.3) ОПК-6 (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2)	11	10	-	14	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное задание
Обобщающее занятие			2				
ВСЕГО ЧАСОВ:	288	88	88		112		36

## **Тема 1. Сущность маркетинга. Основные категории и концепции маркетинга – 36 часов.**

Лекции – 11 ч. Содержание: Маркетинг как особая сфера управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия. Неопределенность положения предприятия на рынке и маркетинг. Сущность, принципы, функции и цели маркетинга. Объекты и субъекты маркетинга. Средства маркетинга.

Производитель и потребитель – изменения соотношения их роли в условиях индустриального общества. Концепции совершенствования производства, совершенствования товара, продажи, дифференцированного маркетинга и социального маркетинга. Виды маркетинговой деятельности

Практические занятия – 11 часов.

Вопросы:

1. Условия возникновения маркетинга.
2. Сущность маркетинга как управлеченческой деятельности.
3. Субъекты и объекты маркетинга.
4. Развитие маркетинга в экономике России.

## **Тема 2. Стратегия маркетинга -36 часов.**

Лекции – 11 ч. Содержание: Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга. Факторы формирования маркетинговой стратегии. Виды маркетинговой стратегий фирмы: стратегия совершенствования рынка, разработка нового товара, стратегия расширения географии рынка, стратегия диверсификации. Стратегия и организационная структура фирмы.

Этапы разработки маркетинговой стратегии. Стратегия недифференцированного и дифференцированного маркетинга. Стратегия концентрированного маркетинга. Доля рынка и виды стратегий. Цели, задачи и структура плана маркетинга.

Практические занятия – 11 часов.

Вопросы:

1. Факторы формирования маркетинговой стратегии.
2. Виды маркетинговой стратегий фирмы.
3. Этапы разработки маркетинговой стратегии.
4. Цели, задачи и структура плана маркетинга.

### **Тема 3. Исследование рынка -36 часов.**

Лекции – 11 ч. Содержание: Потребитель и его потребности. Основные параметры рынка. Спрос и предложение, их эластичность и закон развития. Прогнозирование спроса. Принципы и факторы потребительского выбора. Закон потребительского выбора.

Внешняя среда и необходимость маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований: разведочные, описательные, каузальные исследования. Первичная и вторичная информация. Методы сбора маркетинговых сведений. Выборочная и генеральная совокупность, объем выборки, квоты. Формы носителей маркетинговых сведений, их измерение и анализ. Отчет о маркетинговых исследованиях : критерии качества и формы отчета.

Практические занятия – 11 часов.

Вопросы:

1. Маркетинговая информация, ее характеристика.
2. Планирование маркетинговой информации.
3. Организация сбора первичной маркетинговой информации.
4. Организация сбора вторичной маркетинговой информации.

### **Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование товара – 36 часов.**

Лекции – 11 ч. Содержание: Сущность сегментации рынка, ее принципы и виды. Факторы сегментации рынка. Емкость рынка и ее факторы: частота покупок, их разряд, доля покупателей различной социально- демографической принадлежности. Целевой рынок и способы его определения. Конъюнктура торговли.

Практические занятия – 11 часов.

Вопросы:

1. Сущность сегментации рынка.
2. Сущность агрегирования рынка.
3. Социально-экономические и другие переменные сегментации рынка.
4. Поведение потребителя как база сегментации рынка.
5. Особенности сегментации товаров промышленного назначения.

### **Тема 5. Товар в маркетинге -36 часов.**

Лекции – 11 ч. Содержание: Характеристика товара. Виды нового

продукта. Позиционирование товара. Товарная политика фирмы. Мотивы инновационных нововведений. Этапы разработки нового товара. Торговая марка, упаковка товара. Жизненный цикл изделия, его стадии. Ассортиментная политика: задачи, факторы, направления и оптимальный ассортимент.

Практические занятия – 11 часов.

Вопросы:

1. Товар и его характеристика.
2. Новый товар, показатели новизны товара, этапы его разработки.
3. Жизненный цикл изделия.
4. Ассортиментная политика: ее основные цели и направления.

### **Тема 6. Цена и ценообразование – 36 часов.**

Лекции – 11 ч. Содержание: Понятие и свойства цены. Эластичность. Формирование рыночной цены. Цели ценообразования и его методология. Факторы цены и определение ее уровня. Методы ценообразования. Виды ценовых стратегий. Ценовые скидки. Оптимизация структуры цен. Цена и жизненный цикл изделия.

Практические занятия – 11 часов.

Вопросы:

1. Виды цен.
2. Цена и ее структура.
3. Факторы цены и ее уровень.
4. Ценовая стратегия предприятия.

### **Тема 7. Каналы товародвижения - 35 часов.**

Лекции – 11 ч. Содержание: Понятие сбытовой политики, функции сбыта. Каналы товароподвижения и факторы выбора канала сбыта. Формы торговли. Методы транспортировки. Хранение товаров. Управление запасами. Оптимизация запасов.

Практические занятия – 10 часов.

Вопросы:

1. Функции сбыта товара.
2. Каналы товароподвижения
3. Факторы выбора канала сбыта
4. Формы торговли.

### **Тема 8. Организация маркетинга - 35 часов.**

Лекции – 11 ч. Содержание: Цели и задачи маркетинговой службы предприятия. Подходы к организационному построению службы маркетинга. Управление персоналом в системе маркетинга. Функции и виды контроля в маркетинге. Контроллинг как оперативная оценка эффективности

маркетинга.

Практические занятия – 10 часов.

Вопросы:

1. Цели и задачи маркетинговой службы предприятия.
2. Управление маркетингом на предприятии
3. Организационное построение службы маркетинга
4. Оценка эффективности маркетинга.

4.2.2. Содержание дисциплины (модуля) по заочной форме обучения:

Наименование раздела, темы	Код компетенции, код индикатора достижения компетенции	Количество часов, выделяемых на контактную работу, по видам учебных занятий			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		Л	Пр	Лаб			
Тема 1. Сущность маркетинга. Основные Категории и концепции маркетинга	УК-2 (ИУК-2.1, ИУК-2.2, ИУК-2.3) ОПК-6 (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2)	2	2		35	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
Тема 2. Стратегия маркетинга	УК-2 (ИУК-2.1, ИУК-2.2, ИУК-2.3) ОПК-6 (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2)	2	2		35	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат
Тема 3. Исследование рынка	УК-2 (ИУК-2.1, ИУК-2.2, ИУК-2.3) ОПК-6 (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2)	2	2		35	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное задание
Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование товара	УК-2 (ИУК-2.1, ИУК-2.2, ИУК-2.3) ОПК-6 (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2)	2	2		35	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы
Тема 5. Товар в маркетинге	УК-2 (ИУК-2.1, ИУК-2.2, ИУК-2.3) ОПК-6 (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2)	2	2		35	Анализ используемого материала. Разработка плана реферата	Реферат

Наименование раздела, темы	Код компетенции, код индикатора достижения компетенции	Количество часов, выделяемых на контактную работу, по видам учебных занятий			Кол-во часов СР	Виды СР	Контроль
		Л	Пр	Лаб			
Тема 6. Цена и ценообразование.	УК-2 (ИУК-2.1, ИУК-2.2, ИУК-2.3) ОПК-6 (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2)	2	2		35	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы
Тема 7. Каналы товародвижения	УК-2 (ИУК-2.1, ИУК-2.2, ИУК-2.3) ОПК-6 (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2)	2	2		35	Подготовка к расчетно-графической работе	Расчетно-графические работы
Тема 8. Организация маркетинга	УК-2 (ИУК-2.1, ИУК-2.2, ИУК-2.3) ОПК-6 (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2)	2	2		34	Подготовка к индивидуальному заданию	Индивидуальное задание
ВСЕГО ЧАСОВ: 288		16	16		279		13

### **Тема 1. Сущность маркетинга. Основные категории и концепции маркетинга – 35 часов.**

Лекции – 4 ч. Содержание: Маркетинг как особая сфера управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия. Неопределенность положения предприятия на рынке и маркетинг. Сущность, принципы, функции и цели маркетинга. Объекты и субъекты маркетинга. Средства маркетинга.

Производитель и потребитель – изменения соотношения их роли в условиях индустриального общества. Концепции совершенствования производства, совершенствования товара, продажи, дифференцированного маркетинга и социального маркетинга. Виды маркетинговой деятельности

Практические занятия – 4 часа.

Вопросы:

1. Условия возникновения маркетинга.
2. Сущность маркетинга как управленческой деятельности.
3. Субъекты и объекты маркетинга.
4. Развитие маркетинга в экономике России.

### **Тема 2. Стратегия маркетинга - 35 часов.**

Лекции – 4 ч. Содержание: Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга. Факторы формирования маркетинговой стратегии.

Виды маркетинговой стратегий фирмы: стратегия совершенствования рынка, разработка нового товара, стратегия расширения географии рынка, стратегия диверсификации. Стратегия и организационная структура фирмы.

Этапы разработки маркетинговой стратегии. Стратегия недифференцированного и дифференцированного маркетинга. Стратегия концентрированного маркетинга. Доля рынка и виды стратегий. Цели, задачи и структура плана маркетинга.

Практические занятия – 4 часа.

Вопросы:

1. Факторы формирования маркетинговой стратегии.
2. Виды маркетинговой стратегий фирмы.
3. Этапы разработки маркетинговой стратегии.
4. Цели, задачи и структура плана маркетинга.

### **Тема 3. Исследование рынка - 35 часов.**

Лекции – 4 ч. Содержание: Потребитель и его потребности. Основные параметры рынка. Спрос и предложение, их эластичность и закон развития. Прогнозирование спроса. Принципы и факторы потребительского выбора. Закон потребительского выбора.

Внешняя среда и необходимость маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований: разведочные, описательные, каузальные исследования. Первичная и вторичная информация. Методы сбора маркетинговых сведений. Выборочная и генеральная совокупность, объем выборки, квоты. Формы носителей маркетинговых сведений, их измерение и анализ. Отчет о маркетинговых исследованиях : критерии качества и формы отчета.

Практические занятия – 4 часа.

Вопросы:

1. Маркетинговая информация, ее характеристика.
2. Планирование маркетинговой информации.
3. Организация сбора первичной маркетинговой информации.
4. Организация сбора вторичной маркетинговой информации.

### **Тема 4. Сегментация рынка и позиционирование товара – 35 часов.**

Лекции – 4 ч. Содержание: Сущность сегментации рынка, ее принципы и виды. Факторы сегментации рынка. Емкость рынка и ее факторы: частота покупок, их разряд, доля покупателей различной социально-демографической принадлежности. Целевой рынок и способы его определения. Конъюнктура торговли.

Практические занятия – 4 часа.

Вопросы:

1. Сущность сегментации рынка.

2. Сущность агрегирования рынка.
3. Социально-экономические и другие переменные сегментации рынка.
4. Поведение потребителя как база сегментации рынка.
5. Особенности сегментации товаров промышленного назначения.

### **Тема 5. Товар в маркетинге - 39 часов.**

Лекции – 2 ч. Содержание: Характеристика товара. Виды нового продукта. Позиционирование товара. Товарная политика фирмы. Мотивы инновационных нововведений. Этапы разработки нового товара. Торговая марка, упаковка товара. Жизненный цикл изделия, его стадии. Ассортиментная политика: задачи, факторы, направления и оптимальный ассортимент.

Практические занятия – 2 часа.

Вопросы:

1. Товар и его характеристика.
2. Новый товар, показатели новизны товара, этапы его разработки.
3. Жизненный цикл изделия.
4. Ассортиментная политика: ее основные цели и направления.

### **Тема 6. Цена и ценообразование – 39 часов.**

Лекции – 2 ч. Содержание: Понятие и свойства цены. Эластичность. Формирование рыночной цены. Цели ценообразования и его методология. Факторы цены и определение ее уровня. Методы ценообразования. Виды ценовых стратегий. Ценовые скидки. Оптимизация структуры цен. Цена и жизненный цикл изделия.

Практические занятия – 2 часа.

Вопросы:

1. Виды цен.
2. Цена и ее структура.
3. Факторы цены и ее уровень.
4. Ценовая стратегия предприятия.

### **Тема 7. Каналы товародвижения - 39 часов.**

Лекции – 2 ч. Содержание: Понятие сбытовой политики, функции сбыта. Каналы товароподвижения и факторы выбора канала сбыта. Формы торговли. Методы транспортировки. Хранение товаров. Управление запасами. Оптимизация запасов.

Практические занятия – 2 часа.

Вопросы:

1. Функции сбыта товара.
2. Каналы товароподвижения

3. Факторы выбора канала сбыта
4. Формы торговли.

### **Тема 8. Организация маркетинга - 38 часа.**

Лекции – 2 ч. Содержание: Цели и задачи маркетинговой службы предприятия. Подходы к организационному построению службы маркетинга. Управление персоналом в системе маркетинга. Функции и виды контроля в маркетинге. Контроллинг как оперативная оценка эффективности маркетинга.

Практические занятия – 2 часа.

Вопросы:

1. Цели и задачи маркетинговой службы предприятия.
2. Управление маркетингом на предприятии
3. Организационное построение службы маркетинга
4. Оценка эффективности маркетинга.

### **5. Оценочные материалы дисциплины (модуля)**

Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) представлены в виде фонда оценочных средств по дисциплине (модулю).

### **6. Методические материалы для освоения дисциплины (модуля)**

Методические материалы для освоения дисциплины (модуля) представлены в виде учебно-методического комплекса дисциплины (модуля), методических рекомендаций по выполнению курсовых работ.

### **7. Перечень учебных изданий, необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

№ п/п	Библиографическое описание учебного издания	Используется при изучении разделов (тем)	Режим доступа
1	Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Высшее образование).	1-8	<a href="https://urait.ru/bcode/531182">https://urait.ru/bcode/531182</a>
2	Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов /	1-8	<a href="https://urait.ru/bcode/531483">https://urait.ru/bcode/531483</a>

	С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование).		
3	Кислицына, В. В. Маркетинг : учебник / В.В. Кислицына. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 464 с. : ил. — (Высшее образование).	1-8	<a href="https://znanium.com/catalog/product/2103739">https://znanium.com/catalog/product/2103739</a>

**8. Перечень электронных образовательных ресурсов, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

8.1. Электронные образовательные ресурсы:

№ п/п	Наименование	Гиперссылка
1.	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации:	<a href="https://minобрнауки.gov.ru">https://minобрнауки.gov.ru</a>
2.	Министерство просвещения Российской Федерации:	<a href="https://edu.gov.ru">https://edu.gov.ru</a>
3.	Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки:	<a href="http://obrnadzor.gov.ru/ru/">http://obrnadzor.gov.ru/ru/</a>
4.	Федеральный портал «Российское образование»:	<a href="http://www.edu.ru/">http://www.edu.ru/</a>
5.	Электронно-библиотечная система «Znanium»:	<a href="https://znanium.ru/">https://znanium.ru/</a>
6.	Электронная библиотечная система Юрайт:	<a href="https://biblio-online.ru/">https://biblio-online.ru/</a>

8.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

№ п/п	Наименование	Гиперссылка
1	Научная электронная библиотека	<a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>
2	Справочная правовая система «КонсультантПлюс»	<a href="https://www.consultant.ru/edu/">https://www.consultant.ru/edu/</a>
3	Справочная правовая система «ГАРАНТ-Образование»	<a href="https://study.garant.ru/">https://study.garant.ru/</a>
4	Федеральная служба государственной статистики	<a href="https://rosstat.gov.ru/">https://rosstat.gov.ru/</a>
5	Базы данных Министерства экономического развития Российской Федерации	<a href="http://www.economy.gov.ru">www.economy.gov.ru</a>
6	Статистика Федеральной службы государственной статистики	<a href="https://rosstat.gov.ru/statistic">https://rosstat.gov.ru/statistic</a>
7	Федеральный портал малого и среднего предпринимательства	<a href="http://www.gkr.su/software_development/projects/elrussia/portal%20MiSP/">http://www.gkr.su/software_development/projects/elrussia/portal%20MiSP/</a>

8	Государственная цифровая платформа «Мой бизнес»	<a href="https://мойбизнес.рф/">https://мойбизнес.рф/</a>
9	Портал национального проекта «Цифровая экономика»	<a href="https://национальныепроекты.рф/projects/tsifrovaya-ekonomika">https://национальныепроекты.рф/projects/tsifrovaya-ekonomika</a>
10	Государственный Портал Работа России	<a href="https://trudvsem.ru/">https://trudvsem.ru/</a>
11	Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент»	<a href="http://ecsocman.hse.ru">http://ecsocman.hse.ru</a>
12	База данных «Библиотека управления» - Корпоративный менеджмент	<a href="https://www.cfin.ru/rubricator.shtml">https://www.cfin.ru/rubricator.shtml</a>

## 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование помещения	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства
1	318  Учебная аудитория для проведения учебных занятий	Рабочее место преподавателя (стол, стул); мебель ученическая; доска для письма мелом; баннеры; трибуна для выступлений; персональный компьютер; мультимедийный проектор; экран, колонки	1. 1C:Предприятие 8 - Сублицензионный договор от 02.07.2020 № ИОС-2020-00731; 2. Справочно-правовая система "КонсультантПлюс" - Договор № 96- 2023 / RDD от 17.05.23 3. Справочно-правовая система "Гарант" - Договор № СК 60301 /01/24 от 30.11.23; 4. Microsoft Office - Сублицензионный договор от 12.01.2017 № Вж_ПО_123015- 2017. Лицензия OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc; 5. Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite - Лицензионный договор № 080- S00258L о предоставлении прав на использование программ для ЭВМ от 18 июля 2025г.; 6. LibreOffice - Свободно распространяемое программное обеспечение; 7. 7-Zip - Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства. 8. Электронно-библиотечная система «Юрайт»: Лицензионный договор № 7297 от 04.07.2025 (подписка 01.09.2025-31.08.2028) 9. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: Лицензионный договор № 697эбс от 17.07.2024 (Основная коллекция ЭБС) (подписка 01.09.2024- 31.08.2027)
2	321	Рабочее место	1. 1C:Предприятие 8 -

№ п/п	Наименование помещения	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства
	Учебная аудитория для проведения учебных занятий	преподавателя (стол, стул); мебель ученическая; доска для письма мелом; баннеры; трибуна для выступлений; персональный компьютер; колонки, веб-камера	<p>Сублицензионный договор от 02.07.2020 № ЮС-2020-00731;</p> <p>2. Справочно-правовая система "КонсультантПлюс" - Договор № 96-2023 / RDD от 17.05.23</p> <p>3. Справочно-правовая система "Гарант" - Договор № СК 60301 /01/24 от 30.11.23;</p> <p>4. Microsoft Office - Сублицензионный договор от 12.01.2017 № Вж_ПО_123015- 2017. Лицензия OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc;</p> <p>5. Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite - Лицензионный договор № 080-S00258L о предоставлении прав на использование программ для ЭВМ от 18 июля 2025г.;</p> <p>6. LibreOffice - Свободно распространяемое программное обеспечение;</p> <p>7. 7-Zip - Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства.</p> <p>8. Электронно-библиотечная система «Юрайт»: Лицензионный договор № 7297 от 04.07.2025 (подписка 01.09.2025-31.08.2028)</p> <p>9. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: Лицензионный договор № 697эбс от 17.07.2024 (Основная коллекция ЭБС) (подписка 01.09.2024-31.08.2027)</p>
3	322 Аудитория для самостоятельной работы обучающихся	Персональные компьютеры с доступом к сети Интернет, компьютерные столы, стулья	<p>1. 1C:Предприятие 8 - Сублицензионный договор от 02.07.2020 № ЮС-2020-00731;</p> <p>2. Справочно-правовая система "КонсультантПлюс" - Договор № 96-2023 / RDD от 17.05.23</p> <p>3. Справочно-правовая система "Гарант" - Договор № СК 60301 /01/24 от 30.11.23;</p> <p>4. Microsoft Office - Сублицензионный договор от 12.01.2017 № Вж_ПО_123015- 2017. Лицензия OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc;</p> <p>5. Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite - Лицензионный договор № 080-S00258L о предоставлении прав на</p>

№ п/п	Наименование помещения	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства
			использование программ для ЭВМ от 18 июля 2025г.; 6. LibreOffice - Свободно распространяемое программное обеспечение; 7. 7-Zip - Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства. 8. Электронно-библиотечная система «Юрайт»: Лицензионный договор № 7297 от 04.07.2025 (подписка 01.09.2025-31.08.2028) 9. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: Лицензионный договор № 697эбс от 17.07.2024 (Основная коллекция ЭБС) (подписка 01.09.2024-31.08.2027)
4	323 Учебная аудитория для проведения учебных занятий	Рабочее место преподавателя (стол, стул); мебель ученическая; доска для письма мелом; баннеры; трибуна для выступлений	
5	324 Учебная аудитория для проведения учебных занятий	Рабочее место преподавателя (стол, стул); мебель ученическая; доска для письма мелом; баннеры; трибуна для выступлений; персональный компьютер; мультимедийный проектор; экран, колонки	1. 1C:Предприятие 8 - Сублицензионный договор от 02.07.2020 № ИОС-2020-00731; 2. Справочно-правовая система "КонсультантПлюс" - Договор № 96-2023 / RDD от 17.05.23 3. Справочно-правовая система "Гарант" - Договор № СК 60301 /01/24 от 30.11.23; 4. Microsoft Office - Сублицензионный договор от 12.01.2017 № Вж_ПО_123015- 2017. Лицензия OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc; 5. Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite - Лицензионный договор № 080-S00258L о предоставлении прав на использование программ для ЭВМ от 18 июля 2025г.; 6. LibreOffice - Свободно распространяемое программное обеспечение; 7. 7-Zip - Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства.

№ п/п	Наименование помещения	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства
			8. Электронно-библиотечная система «Юрайт»: Лицензионный договор № 7297 от 04.07.2025 (подписка 01.09.2025-31.08.2028) 9. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: Лицензионный договор № 697эбс от 17.07.2024 (Основная коллекция ЭБС) (подписка 01.09.2024-31.08.2027)
6	334  Аудитория для самостоятельной работы обучающихся	Персональные компьютеры с доступом к сети Интернет, компьютерные столы, стулья	1. 1С:Предприятие 8 - Сублицензионный договор от 02.07.2020 № ЮС-2020-00731; 2. Справочно-правовая система "КонсультантПлюс" - Договор № 96-2023 / RDD от 17.05.23 3. Справочно-правовая система "Гарант" - Договор № СК 60301 /01/24 от 30.11.23; 4. Microsoft Office - Сублицензионный договор от 12.01.2017 № Вж_ПО_123015- 2017. Лицензия OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc; 5. Антивирус Dr. Web Desktop Security Suite - Лицензионный договор № 080-S00258L о предоставлении прав на использование программ для ЭВМ от 18 июля 2025.; 6. LibreOffice - Свободно распространяемое программное обеспечение; 7. 7-Zip - Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства. 8. Электронно-библиотечная система «Юрайт»: Лицензионный договор № 7297 от 04.07.2025 (подписка 01.09.2025-31.08.2028) 9. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: Лицензионный договор № 697эбс от 17.07.2024 (Основная коллекция ЭБС) (подписка 01.09.2024-31.08.2027)
7	245  Учебная аудитория для проведения учебных занятий	Мебель ученическая (столы, стулья), доска для письма мелом, баннеры, трибуна для выступлений, персональные	1. 1С:Предприятие 8 - Сублицензионный договор от 02.07.2020 № ЮС-2020-00731; 2. Справочно-правовая система "КонсультантПлюс" - Договор № 96-2023 / RDD от 17.05.23

№ п/п	Наименование помещения	Перечень оборудования и технических средств обучения	Состав комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства
		компьютеры с доступом к сети Интернет, наушники, веб-камера	<p>3. Справочно-правовая система "Гарант" - Договор № СК 60301 /01/24 от 30.11.23;</p> <p>4. Microsoft Office - Сублицензионный договор от 12.01.2017 № Вж_ПО_123015- 2017. Лицензия OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc;</p> <p>5. Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite - Лицензионный договор № 080-S00258L о предоставлении прав на использование программ для ЭВМ от 18 июля 2025г.;</p> <p>6. LibreOffice - Свободно распространяемое программное обеспечение;</p> <p>7. 7-Zip - Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства.</p> <p>8. Электронно-библиотечная система «Юрайт»: Лицензионный договор № 7297 от 04.07.2025 (подписка 01.09.2025-31.08.2028)</p> <p>9. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: Лицензионный договор № 697эбс от 17.07.2024 (Основная коллекция ЭБС) (подписка 01.09.2024-31.08.2027)</p>

## Лист регистрации изменений к рабочей программе дисциплины (модуля)

№ п/п	Дата внесения изменений	Номера измененных листов	Документ, на основании которого внесены изменения	Содержание изменений	Подпись разработчика рабочей программы