



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ

Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки	<u>Торговое дело</u>
Профиль	<u>Маркетинг и рыночная аналитика</u>
Квалификация (степень)	<u>Бакалавр</u>
Блок, в рамках которого происходит освоение модуля (дисциплины)	<u>Б1</u>
Шифр дисциплины (модуля)	<u>Б1.В.06</u>
Форма обучения	<u>очно-заочная</u>
Курс, семестр	<u>3 курс, 6 семестр</u>
Форма промежуточной аттестации	<u>экзамен</u>
Год	<u>2024</u>

Рабочая программа по дисциплине «Экономический анализ маркетинговых решений» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Маркетинг и рыночная аналитика» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 963, профессионального стандарта 08.035 «Маркетолог», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 г. № 366н, профессионального стандарта 08.037 «Бизнес-аналитик», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 25 сентября 2018 г. № 592н.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры
Протокол №03/24 от 22.03.2024

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель: усвоение теоретических знаний, приобретение практических навыков, формирование компетенций студентов в области товарной политики в маркетинге.

Задачи:

- осмысление и понимание основных методов экономического анализа, их применения на разных стадиях процесса разработки и принятия управленческих и маркетинговых решений
- получение практических навыков по анализу и оценке в маркетинговой деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится «Экономический анализ маркетинговых решений» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока Б1 основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

Код компетенции	Предшествующие дисциплины, практики	Изучаемые в текущем семестре дисциплины, практики	Последующие дисциплины, практики
ПК-9	Маркетинг Анализ и прогнозирование рынка Статистический анализ маркетинговой информации	Экономический анализ маркетинговых решений Анализ и прогнозирование рынка Маркетинг-аналитика в бизнесе	Стратегический анализ рынка Стратегический маркетинг Производственная практика, преддипломная практика
ПК-8	Маркетинг	Экономический анализ маркетинговых решений	Маркетинговая логистика Производственная практика, технологическая практика

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций.

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ПК-9 Готов руководить бизнес-анализом	ПК-9.1 Способен проводить бизнес-анализ	Знать: бизнес-анализ Уметь: проводить бизнес-анализ Владеть: способен проводить бизнес-анализ

	<p>ПК-9.2 Способен проводить оценку эффективности бизнес-анализа на основе выбранных критериев</p>	<p>Знать: оценку эффективности бизнес-анализа на основе выбранных критериев Уметь: проводить оценку эффективности бизнес-анализа на основе выбранных критериев Владеть: способен проводить оценку эффективности бизнес-анализа на основе выбранных критериев</p>
	<p>ПК-9.3 Способен разрабатывать планы проведения работ по бизнес-анализу и обеспечивать их выполнение</p>	<p>Знать: планы проведения работ по бизнес-анализу и обеспечивать их выполнение Уметь: разрабатывать планы проведения работ по бизнес-анализу и обеспечивать их выполнение Владеть: способен разрабатывать планы проведения работ по бизнес-анализу и обеспечивать их выполнение</p>
<p>ПК-8 Способен анализировать обосновывать и выбирать решения</p>	<p>ПК-8.1 Способен применять методы сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии маркетинговой информации</p>	<p>Знать: методы сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии маркетинговой информации Уметь: применять методы сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии маркетинговой информации Владеть: методами сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии маркетинговой информации</p>
	<p>ПК-8.2 Способен принимать и обосновывать маркетинговые решения</p>	<p>Знать: маркетинговые решения Уметь: принимать и обосновывать маркетинговые решения Владеть: навыками принятия и обоснования маркетинговых решений</p>
	<p>ПК-8.3 Способен проводить анализ и оценку эффективности маркетинговых решений</p>	<p>Знать: анализ и оценку эффективности маркетинговых решений Уметь: проводить анализ и оценку эффективности маркетинговых решений Владеть: навыками проведения анализа и оценки эффективности маркетинговых решений</p>

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины и виды учебной работы в академических часах с выделением объема контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся

очно-заочная форма обучения

Вид учебной деятельности	ак. часов		
	Всего	По семестрам	
		6 семестр	
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	37	37	
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	37	37	
- занятия лекционного типа:	16	16	
- занятия семинарского типа:	20	20	
практические занятия	20	20	
лабораторные занятия			
в том числе занятия в форме практической подготовки	6	6	
Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	0,5	0,5	
Консультации	0,5	0,5	
2. Самостоятельная работа студента всего, в том числе:	143	143	
другие формы самостоятельной работы:			
- работа с нормативными документами	60	60	
- подготовка к опросу	83	83	
3. Промежуточная аттестация: <i>экзамен</i>	36	36	
ИТОГО:	ак. часов	216	216
Общая трудоемкость	зач. ед.	6	6

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Раздел 1. Экономический анализ и его роль в управлении производством

Тема 1. Маркетинговые решения

Структурными элементами процесса маркетингового решения являются: главная цель, альтернативы (варианты), окружающая среда и результат. В качестве цели, могут выступать максимализация прибыли, оборота, увеличение рынка, имидж. Варианты маркетинговых мероприятий обычно рассматриваются как контролируемые переменные маркетинга-микса (например, товарная и ценовая политика, каналы распределения, стимулирования сбыта, коммуникации и т. д.). Окружающая среда компании характеризуется неконтролируемыми факторами (например, природными, финансовыми, правовыми и т. д.). В качестве результата принятия решения рассматривается степень достижения поставленных целей (например, возрастание рентабельности, достижение максимума оборота или выход на новые рынки).

Процесс принятия маркетингового решения включает две стадии:

1) подготовку решения, которую осуществляет маркетолог;

2) принятие решения, которое осуществляет менеджер. Ответственность за результаты принятого решения они несут вместе, или сам предприниматель.

Процесс принятия маркетинговых решений - достаточно сложная и длительная по процедуре задача, она решается на основе использования алгоритма, системного анализа и составления заключений об эффективности принятых решений. Выделяют три этапа принятия решений в маркетинге:

- подготовка к принятию решений;

- систематизация решений, доведение их до исполнителей;

- контроль за исполнением решений, оценка результатов их реализации.

Тема 2. Понятие и роль экономического анализа в маркетинге

Роль и задачи экономического анализа в управлении, последовательность его проведения. Виды экономического анализа. Содержание управленческого, финансового и инвестиционного анализа. Количественные и качественные методы экономического анализа. Экономико-математическое моделирование, типы моделей. Методы факторного анализа: индексный метод, метод цепных подстановок, метод абсолютных разниц и др. Мониторинг основных плановых показателей.

Тема 3. Информационное обеспечение экономического анализа

Система информационного обеспечения экономического анализа. Финансовый и управленческий учет как основа формирования отчетной аналитической информации. Основные приемы и способы обработки информации в экономическом анализе. Система показателей и требования к ним.

Раздел 2. Анализ финансовых результатов деятельности организации

Тема 4. Экономический анализ выхода на новые рынки

Задачи и объекты анализа себестоимости продукции. Классификация затрат на производство и реализацию продукции. Анализ общей суммы затрат на производство продукции и факторов, на нее влияющих. Анализ себестоимости продукции по экономическим элементам и статьям затрат. Анализ себестоимости единицы продукции. Анализ прямых и косвенных затрат. Маржинальный анализ себестоимости продукции. Понятие и определение постоянных и переменных затрат. Критический объем продаж: понятие, расчет и анализ. Запас финансовой устойчивости и его расчет. Эффект операционного рычага и его значение в планировании деятельности организации.

Тема 5. Экономический анализ по увеличению продаж

Анализ объема производства и реализации продукции. Задачи и информационное обеспечение анализа производства и реализации продукции. Анализ показателей объемов производства и ее реализации по отношению к плану и в динамике. Оценка структуры и ассортимента продукции. Анализ качества продукции. Анализ ритмичности работы предприятия. Анализ резервов увеличения выпуска и реализации продукции.

Тема 6. Анализ по увеличению рынка сбыта продукции

Анализ эффективности использования основных производственных фондов. Задачи анализа и источники информации. Анализ технической оснащенности производства: состава, структуры, движения и технического состояния основных средств. Анализ амортизационной политики. Анализ интенсивности и эффективности использования основных средств. Факторная модель фондоотдачи основных средств. Анализ резервов использования основных средств. Анализ управления материальными ресурсами. Задачи и информационное обеспечение анализа использования материальных ресурсов.

Тема 7. Экономический анализ по внедрению нового имиджа предприятия

Оценка деловой активности предприятия и эффективности использования. Методика анализа деловой активности организации. Анализ динамики и использования внеоборотных активов. Понятие неликвидного имущества и его оценка. Анализ состава, структуры и динамики оборотных активов. Расчет показателей оборачиваемости оборотных активов, запасов, готовой продукции. Анализ факторов, влияющих на эффективное использование оборотных средств.

5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в ак. часах)			Индикаторы достижения компетенций
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа / из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	
Раздел 1. Экономический анализ и его роль в управлении производством					
1.	Тема 1. Маркетинговые решения	2	2	20	ПК-8.1 ПК-8.2
2.	Тема 2. Понятие и роль экономического анализа в маркетинге	2	2	20	ПК-9.1
3.	Тема 3. Информационное обеспечение экономического анализа	2	2	20	ПК-8.3
Раздел 2. Анализ финансовых результатов деятельности организации					
4.	Тема 4. Экономический анализ выхода на новые рынки	2	2	20	ПК-9.2 ПК-9.3
5.	Тема 5. Экономический анализ по увеличению продаж	2	4	20	ПК-8.2
6.	Тема 6. Анализ по увеличению рынка сбыта продукции	2	4/2	20	ПК-9.1

7.	Тема 7. Экономический анализ по внедрению нового имиджа предприятия	4	4/2	23	ПК-8.2 ПК-8.3
	Итого	16	20/4	143	

6. Лабораторный практикум

Лабораторные занятия не предусмотрены.

7. Практические занятия

Занятия семинарского типа проводятся с целью формирования компетенций обучающихся, закрепления полученных теоретических знаний на лекциях и в процессе самостоятельного изучения обучающимися специальной литературы.

Содержание практических занятий по дисциплине представлено в таблице.

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	
			Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения
Раздел 1. Экономический анализ и его роль в управлении производством				
1	Тема 1. Маркетинговые решения	Структурные элементы процесса маркетингового решения. Варианты маркетинговых мероприятий. Окружающая среда компании. Опрос.	6	2
2	Тема 2. Понятие и роль экономического анализа в маркетинге	Анализ основных источников экономической информации. Задачи экономического анализа. Методологические подходы при проведении экономического анализа. Опрос.	6	2
3	Тема 3. Информационное обеспечение экономического анализа	Организация и информационное обеспечение экономического анализа. Организационные формы и исполнители экономического анализа. Информационное и методическое обеспечение экономического анализа. Документальное оформление результатов анализа. Опрос.	6	2
Раздел 2. Анализ финансовых результатов деятельности организации				
4	Тема 4. Экономический анализ выхода на новые рынки	Задачи и объекты анализа себестоимости продукции. Классификация затрат на производство и реализацию продукции. Анализ общей суммы затрат на производство продукции и факторов, на нее влияющих. Анализ себестоимости продукции по	8	2

		экономическим элементам и статьям затрат. Анализ себестоимости единицы продукции. Анализ прямых и косвенных затрат. Маржинальный анализ себестоимости продукции. Опрос.		
5	Тема 5. Экономический анализ по увеличению продаж	Анализ объема производства и реализации продукции. Задачи и информационное обеспечение анализа производства и реализации продукции. Анализ показателей объемов производства и ее реализации по отношению к плану и в динамике. Оценка структуры и ассортимента продукции. Анализ качества продукции. Анализ ритмичности работы предприятия. Анализ резервов увеличения выпуска и реализации продукции. Опрос.	8	4
6	Тема 6. Анализ по увеличению рынка сбыта продукции	Анализ эффективности использования основных производственных фондов. Задачи анализа и источники информации. Анализ технической оснащенности производства: состава, структуры, движения и технического состояния основных средств. Анализ амортизационной политики. Анализ интенсивности и эффективности использования основных средств. Факторная модель фондоотдачи основных средств. Анализ резервов использования основных средств. Анализ управления материальными ресурсами. Задачи и информационное обеспечение анализа использования материальных ресурсов. Опрос.	8	4
7	Тема 7. Экономический анализ по внедрению нового имиджа предприятия	Оценка деловой активности предприятия и эффективности использования. Методика анализа деловой активности организации. Анализ динамики и использования внеоборотных активов. Понятие неликвидного имущества и его оценка. Анализ состава, структуры и динамики оборотных активов. Расчет показателей оборачиваемости оборотных активов, запасов, готовой продукции. Анализ факторов, влияющих на эффективное использование оборотных средств.	8	4

	Опрос.		
Итого		50	20

8. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые работы не предусмотрены.

9. Самостоятельная работа студента

Самостоятельная работа студента при изучении дисциплины направлена на:

- освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы;
- изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);
- работу с компьютерными обучающими программами;
- подготовка к опросу;
- самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках;
- подготовку к экзамену.

Тема 1. Маркетинговые решения

Подготовка к опросу:

Структурные элементы процесса маркетингового решения. Варианты маркетинговых мероприятий. Окружающая среда компании.

Тема 2. Понятие и роль экономического анализа в маркетинге

Подготовка к опросу:

Анализ основных источников экономической информации. Задачи экономического анализа. Методологические подходы при проведении экономического анализа.

Тема 3. Информационное обеспечение экономического анализа

Подготовка к опросу:

Организация и информационное обеспечение экономического анализа. Организационные формы и исполнители экономического анализа. Информационное и методическое обеспечение экономического анализа. Документальное оформление результатов анализа.

Тема 4. Экономический анализ выхода на новые рынки

Задачи и объекты анализа себестоимости продукции. Классификация затрат на производство и реализацию продукции. Анализ общей суммы затрат на производство продукции и факторов, на нее влияющих. Анализ себестоимости продукции по экономическим элементам и статьям затрат. Анализ себестоимости единицы продукции. Анализ прямых и косвенных затрат. Маржинальный анализ себестоимости продукции. Понятие и определение постоянных и переменных затрат. Критический объем продаж:

понятие, расчет и анализ. Запас финансовой устойчивости и его расчет. Эффект операционного рычага и его значение в планировании деятельности организации.

Тема 5. Экономический анализ по увеличению продаж

Подготовка к опросу:

Задачи и информационное обеспечение анализа производства и реализации продукции. Анализ показателей объемов производства и ее реализации по отношению к плану и в динамике. Оценка структуры и ассортимента продукции. Анализ качества продукции. Анализ ритмичности работы предприятия. Анализ резервов увеличения выпуска и реализации продукции.

Тема 6. Анализ по увеличению рынка сбыта продукции

Подготовка к опросу:

Анализ эффективности использования основных производственных фондов. Задачи анализа и источники информации. Анализ технической оснащенности производства: состава, структуры, движения и технического состояния основных средств. Анализ амортизационной политики. Анализ интенсивности и эффективности использования основных средств. Факторная модель фондоотдачи основных средств. Анализ резервов использования основных средств. Анализ управления материальными ресурсами. Задачи и информационное обеспечение анализа использования материальных ресурсов.

Тема 7. Экономический анализ по внедрению нового имиджа предприятия

Подготовка к опросу:

Оценка деловой активности предприятия и эффективности использования. Методика анализа деловой активности организации. Анализ динамики и использования внеоборотных активов. Понятие неликвидного имущества и его оценка. Анализ состава, структуры и динамики оборотных активов. Расчет показателей оборачиваемости оборотных активов, запасов, готовой продукции. Анализ факторов, влияющих на эффективное использование оборотных средств.

10. Оценивание результатов обучения и уровня сформированности компетенций

Оценивание результатов обучения по дисциплине и уровня сформированности компетенций (части компетенции) осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в соответствии с Фондом оценочных средств.

ПК-8 Способен анализировать обосновывать и выбирать решения

ПК-9 Готов руководить бизнес-анализом

Вопросы для проведения опроса:

1. Структурные элементы процесса маркетингового решения

2. Варианты маркетинговых мероприятий.
3. Окружающая среда компании.
4. Анализ основных источников экономической информации.
5. Задачи экономического анализа.
6. Методологические подходы при проведении экономического анализа.
7. Организация и информационное обеспечение экономического анализа.
8. Организационные формы и исполнители экономического анализа.
9. Информационное и методическое обеспечение экономического анализа.
10. Документальное оформление результатов анализа.
11. Задачи и объекты анализа себестоимости продукции.
12. Классификация затрат на производство и реализацию продукции.
13. Анализ общей суммы затрат на производство продукции и факторов, на нее влияющих.
14. Анализ себестоимости продукции по экономическим элементам и статьям затрат.
15. Анализ себестоимости единицы продукции.
16. Анализ прямых и косвенных затрат.
17. Маржинальный анализ себестоимости продукции.
18. Понятие и определение постоянных и переменных затрат.
19. Критический объем продаж: понятие, расчет и анализ.
20. Запас финансовой устойчивости и его расчет.
21. Эффект операционного рычага и его значение в планировании деятельности организации.
22. Задачи и информационное обеспечение анализа производства и реализации продукции.
23. Анализ показателей объемов производства и ее реализации по отношению к плану и в динамике.
24. Оценка структуры и ассортимента продукции.
25. Анализ качества продукции.
26. Анализ ритмичности работы предприятия.
27. Анализ резервов увеличения выпуска и реализации продукции.
28. Анализ эффективности использования основных производственных фондов.
29. Задачи анализа и источники информации.
30. Анализ технической оснащенности производства: состава, структуры, движения и технического состояния основных средств.
31. Анализ амортизационной политики.
32. Анализ интенсивности и эффективности использования основных средств.
33. Факторная модель фондоотдачи основных средств.
34. Анализ резервов использования основных средств.
35. Анализ управления материальными ресурсами.
36. Задачи и информационное обеспечение анализа использования материальных ресурсов.

37. Оценка деловой активности предприятия и эффективности использования.

38. Методика анализа деловой активности организации.

39. Анализ динамики и использования внеоборотных активов.

40. Понятие неликвидного имущества и его оценка.

41. Анализ состава, структуры и динамики оборотных активов.

42. Расчет показателей оборачиваемости оборотных активов, запасов, готовой продукции.

43. Анализ факторов, влияющих на эффективное использование оборотных средств.

Критерии оценки опроса:

– Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он дал правильные ответы на 60% вопросов, заданных преподавателем по каждой теме;

– Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он дал правильные ответы менее, чем на 60% вопросов, заданных преподавателем по каждой теме.

Вопросы к экзамену:

1. Роль экономического анализа маркетинговой деятельности в функционировании организации.

2. Цель и задачи анализа маркетинговой деятельности.

3. Содержание основных этапов анализа маркетинговой деятельности.

4. Виды анализа маркетинговой деятельности.

5. Методы анализа маркетинговой деятельности.

6. Группировка затрат по функциям маркетинга.

7. Статьи постоянных расходов на маркетинг.

8. Структура переменных маркетинговых затрат.

9. Преимущества отдельного планирования затрат на маркетинговую деятельность.

10. Виды товарных стратегий.

11. Методы оценки товарного портфеля.

12. Методы оптимизации товарного портфеля организации.

13. Стратегии установления цен на товары, услуги.

14. Анализ применяемых методов ценообразования на товары, услуги.

15. Оценка эффективности установления скидок на товары, услуги.

16. Анализ выполнения договорных обязательств и реализации продукции.

17. Баланс товарной продукции.

18. Оценка эффективности каналов сбыта.

19. Методика обоснования выбора канала сбыта.

20. Средства продвижения и специфика их использования в различных сферах деятельности.

21. Затраты ATL и BTL.

22. Оценка эффективности средств продвижения.

23. Оптимизация бюджета продвижения.

24. Исследование уровня продаж на рынках, сегментах.
25. Анализ динамики продаж на рынках, сегментах.
26. Исследование прибыльности рынков, сегментов по структуре и в динамике.
27. Позиционирование рынков, сегментов по прибыльности.
28. Оптимизация работы с рынками, сегментами.
29. Анализ уровня и динамики продаж в разрезе клиентов.
30. Исследование прибыльности клиентов по структуре и в динамике.
31. Позиционирование клиентов по прибыльности.
32. Оптимизация портфеля клиентов.
33. Методы и подходы к оценке эффективности маркетинговой деятельности.
34. Сравнительный анализ затрат и прибыльности текущих маркетинговых решений.
35. Анализ затрат и показателей эффективности долгосрочных маркетинговых решений.

Шкала и критерии оценивания:

- оценка «отлично» - проставляется обучающемуся, если ответы на вопросы билета даны верно и полностью; необходимые компетенции и практические навыки работы с освоенным материалом сформированы;

- оценка «хорошо» - проставляется обучающемуся, если ответы на вопросы билета даны полностью, но обоснования недостаточны; но пробелы не носят существенного характера, необходимые компетенции и практические навыки работы с освоенным материалом сформированы;

- оценка «удовлетворительно» - проставляется обучающемуся, если в ответах допущены ошибки, теоретическое содержание курса освоено частично, пробелы носят существенный характер, необходимые компетенции и практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно;

- оценка «неудовлетворительно» - проставляется обучающемуся, если в ответах допущены существенные ошибки, показавшие, что обучающийся не освоил теоретическое содержание курса, пробелы носят существенного характера, необходимые компетенции и практические навыки работы не сформированы.

11. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

а) нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (ред. от 01.08.2015) // КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс].

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая [Электронный ресурс] (действующая редакция от 05.05.2015) // КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс].

2. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: федеральный закон от 7 февр. 1992 г. №2300-1-ФЗ (в редакции от 01.09.2013г.) – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/consumerism>.

3. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: федеральный закон от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ (с изменениями на 29 декабря 2014 года) // КонсультантПлюс. [Электрон. ресурс].

б) основная литература

1. Горнштейн М.Ю. Современный маркетинг / М.Ю. Горнштейн. - Москва : Дашков и К, 2019. - 404 с. - ISBN 978-5-394-03266-0. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/359623/reading>. - Текст: электронный.

в) дополнительная литература

1. Прудникова В. В. Привлеченные средства частных лиц в банках России: статистический анализ / В.В. Прудникова. - Москва : Логос, 2009. - 192 с. - ISBN 978-5-98699-097-2. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/28093/reading>. - Текст: электронный.

2. Клепик М. С. Увеличение продаж без особых материальных затрат: клиентинг без бюджета / М.С. Клепик. - Москва : Дашков и К, 2020. - 86 с. - ISBN 978-5-394-01811-4. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/342606/reading>. - Текст: электронный.

г) электронные библиотечные системы (ЭБС) и электронные образовательные ресурсы

Электронно-библиотечная система Айбукс.ру: <http://ibooks.ru>.

12. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины

Перечень лицензионного программного обеспечения

1. MS Office 2019 (Microsoft)
2. MS Windows 7 (Microsoft)

в том числе перечень лицензионного программного обеспечения отечественного производства:

1. Kaspersky Endpoint Security (Kaspersky Lab)

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

1. Adobe Acrobat Reader
2. Open Office (<http://ru.openoffice.org/>)

в том числе перечень свободно распространяемого программного обеспечения отечественного производства:

1. Яндекс.Браузер
2. Антивирус Kaspersky Free
3. 7-Zip (свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных) (отечественное ПО).

Информационные справочные системы:

Открытая электронная библиотека «КиберЛенинка»: <https://cyberleninka.ru/>

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

13. Материально–техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Тип помещения	Состав оборудования и технических средств обучения
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, и практических занятий с применением компьютерных технологий, текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций	Аудитория 53. Оборудование: Учебная мебель, рабочее место преподавателя, учебные места для обучающихся, трибуна, доска. Технические средства обучения: Переносное мультимедийное оборудование: Ноутбук, с выходом в сеть Интернет и с доступом в электронно-информационную среду института, проектор, экран демонстрационный.
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, лабораторных работ, текущего контроля и промежуточной аттестации и индивидуальных консультаций	Аудитория 24. Оборудование: Учебная мебель, рабочее место преподавателя, учебные места для обучающихся, доска. Технические средства обучения: Переносное мультимедийное оборудование: Ноутбук, с выходом в сеть Интернет и с доступом в электронно-информационную среду института, проектор, экран демонстрационный.

3	<p>Аудитория для самостоятельной работы студентов и выполнения курсовых работ</p>	<p>Аудитория 27. Оборудование: Учебная мебель, рабочее место преподавателя, учебные места для обучающихся, доска, кондиционер. Технические средства обучения: Переносное мультимедийное оборудование: Ноутбук, с выходом в сеть Интернет и с доступом в электронно-информационную среду института, проектор, экран демонстрационный.</p>
---	---	---