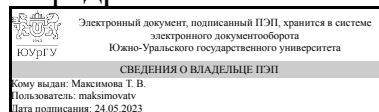


УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



Т. В. Максимова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М0.14 Оценка эффективности и результативности маркетинговой деятельности

для направления 38.04.02 Менеджмент

уровень Магистратура

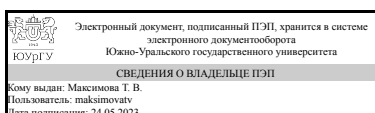
магистерская программа Стратегический и инновационный маркетинг

форма обучения очная

кафедра-разработчик Менеджмент

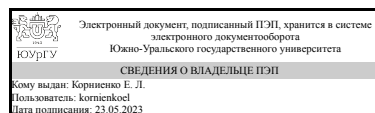
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 952

Зав.кафедрой разработчика,
к.экон.н., доц.



Т. В. Максимова

Разработчик программы,
к.экон.н., доц., доцент



Е. Л. Корниенко

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины : получение студентами теоретических знаний, практических навыков для проведения оценки эффективности и результативности маркетинговой деятельности, а также для принятия важных решений по результатам проведенной оценки. Основными задачами дисциплины являются: 1) формирование знаний учетной политики организации, основ финансового менеджмента, управления затратами и методов оценки эффективности, результативности маркетинговой деятельности; 2) формирование умений использовать основы финансового менеджмента, а также различные подходы для оценки эффективности, результативности текущих и долгосрочных маркетинговых решений; 3) формирование навыка проведения сравнительного анализа затрат и прибыльности маркетинговых решений, анализа экономической эффективности различных направлений маркетинговой деятельности

Краткое содержание дисциплины

Курс включает теоретические аспекты учета и оценки маркетинговой деятельности, а также практические рекомендации по оценке маркетинговой деятельности на предприятии. Изучаемая дисциплина рассматривает понятия "эффективность", "результативность" в контексте маркетинга и знакомит с различными подходами, которые могут быть использованы для учета маркетинговой деятельности, а также для ее оценки с целью повышения результативности и эффективности маркетинговой деятельности и предприятия в целом. Программа дисциплины является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС высшего образования по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (Магистр) профиль «Стратегический и инновационный маркетинг». Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий. Образовательная деятельность по дисциплине осуществляется на английском языке. Качество обучения по дисциплине определяется в рамках внутренней системы оценки, а также внешней системы оценки, в которой образовательная организация принимает участие на добровольной основе в рамках профессионально-общественной аккредитации. К оценке качества обучения могут привлекаться работодатели и их объединения с целью подготовки обучающихся в соответствии с профессиональными стандартами и требованиями рынка труда к специалистам данного направления подготовки.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен управлять процессом разработки и внедрения инновационных товаров и услуг, создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими	Знает: - методы оценки стоимости нематериальных активов предприятия, оценки инновационных проектов и возможности их применения для оценки эффективности маркетинговых мероприятий и программ Умеет: - определять и прогнозировать данные для расчета показателей инвестиционной эффективности проектов, обосновывать данные

	для оценки стоимости брендов Имеет практический опыт: - расчета показателей эффективности и результативности маркетинговой деятельности
ПК-3 Способен разрабатывать и совершенствовать системы маркетинговых коммуникаций организации	Знает: - качественные и количественные критерии и методы оценки эффективности и результативности маркетинговых инструментов коммуникации Умеет: - рассчитывать и обосновывать эффективность маркетинговых коммуникаций организации с использованием различных методов (ROMI, коммуникативная эффективность и др.) Имеет практический опыт: - расчета показателей эффективности и результативности маркетинговых коммуникаций в практике бизнеса
ПК-4 Способен планировать и осуществлять контроль маркетинга в организации	Знает: - подходы и методы оценки эффективности и результативности маркетинговой деятельности, концепцию сбалансированных показателей и возможности ее применения для оценки эффективности маркетинговой деятельности Умеет: - обосновывать эффективность маркетинговых мероприятий, проводить анализ вклада разных факторов в маркетинговый результат на основе построения системы показателей, оценивать результативность и эффективность маркетинговых проектов и программ, оценивать вклад маркетинга в бизнес-результаты Имеет практический опыт: - обоснования выбора релевантных методов оценки эффективности маркетинговой деятельности компании

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Маркетинговое планирование, Интегрированные маркетинговые коммуникации, Бренд-менеджмент	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Бренд-менеджмент	Знает: - методы и инструменты бренд-менеджмента, методы оценки стоимости брендов, - прикладные технологии в области интегрированных маркетинговых коммуникаций для обеспечения эффективного решения задач развития брендов Умеет: - осуществлять

	<p>процессы создания нематериальных активов (брендов), внедрять их на рынок и проводить оценку стоимости брендов организации, - разрабатывать коммуникационные кампании бренда Имеет практический опыт: - разработки идентичности бренда, визуальных атрибутов бренда и фирменного стиля, - планирования мероприятий по продвижению бренда, разработки элементов бренд-коммуникаций</p>
Интегрированные маркетинговые коммуникации	<p>Знает: - структуру комплекса маркетинговых коммуникаций и роль маркетинговых коммуникаций на предприятии; - факторы окружающей среды маркетинга и их влияние на управление маркетинговыми коммуникациями компании; - принципы рекламы, публичных рилейшенз, стимулирования сбыта, прямого маркетинга и личных продаж; - основы аудита маркетинговых коммуникаций Умеет: - управлять маркетинговыми коммуникациями на инструментальном уровне; - организовать службу маркетинговых коммуникаций на предприятии;- принимать решения на основе аудита маркетинговых коммуникаций предприятия;- совершенствовать комплекс маркетинговых коммуникаций Имеет практический опыт: - составления плана маркетинговых коммуникаций</p>
Маркетинговое планирование	<p>Знает: - основные теоретические аспекты и методические подходы к проведению анализа маркетинговой среды, организации процесса маркетингового планирования на предприятии, структуре и содержанию маркетинговых планов организации Умеет: - разрабатывать маркетинговый план организации, формировать бюджет и определять затраты на маркетинг, строить прогнозы объемов продаж и затрат, осуществлять контроль за реализацией плана маркетинга Имеет практический опыт: - разработки плана маркетинга в организации</p>

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 56,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		4
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	48	48
Лекции (Л)	12	12
Практические занятия, семинары и (или) другие виды	36	36

аудиторных занятий (ПЗ)		
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	51,5	51,5
Подготовка к практическим занятиям и текущего контроля в аудитории (эссе №1, эссе №2, эссе №3, эссе №4)	15	15
Подготовка к мероприятиям текущего контроля (Тестирование №1, тестирование № 2, Тестирование № 3, Тестирование № 4, Контрольные задания №1)	28	28
Подготовка к промежуточной аттестации	8,5	8.5
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Теоретические аспекты оценки маркетинговой деятельности. Методы и виды оценки. Особенность управленческого маркетингового учета.	24	6	18	0
2	Оценка эффективности маркетинговых проектов. Бюджетирование и финансовое моделирование маркетинговой деятельности. Маркетинговые исследования для оценки результативности и эффективности маркетинговой деятельности, их планирование и проведение	24	6	18	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Тема 1. Введение в дисциплину: Содержание, цели и задачи оценки маркетинговой деятельности	2
2	1	Тема 2. Методы оценки эффективности и результативности маркетинговой деятельности	2
3	1	Тема 3. Финансовый анализ отчетности для оценки маркетинговой деятельности	2
4	2	Тема 4. Оценка эффективности маркетинговых проектов	2
5	2	Тема 5. Бюджетирование и финансовое моделирование маркетинговой деятельности	2
6	2	Тема 6. Маркетинговые исследования для оценки результативности и эффективности маркетинговой деятельности, их планирование и проведение	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Тема 1. Введение в дисциплину: Содержание, цели и задачи оценки маркетинговой деятельности. Методы и виды оценки	2
2	1	Тема 1. Особенность управленческого маркетингового учета и его отличие от бухгалтерского учета. Суть и содержание «маркетингового» учета. Значение	2

		учета для повышения «прозрачности» и управляемости фирмы.	
3	1	Тема 1. Исследование всех видов издержек с позиции издержек маркетинга, вклад этого вида издержек в успех предприятия (в доходность, прибыльность и т.п.)	2
4	1	Тема 2. Методы оценки эффективности и результативности маркетинговой деятельности	2
5	1	Тема 2. Критерии оценки и показатели эффективности, результативности маркетинговой деятельности	2
6	1	Тема 2. Анализ затрат на маркетинг	2
7	1	Тема 3. Финансовый анализ отчетности для оценки маркетинговой деятельности. Формы и методы анализа финансовой отчетности	2
8	1	Тема 3. Система показателей финансового анализа.	2
9	1	Тема 3. Показатели финансовой устойчивости предприятия	2
10	2	Тема 4. Оценка эффективности маркетинговых проектов	2
11	2	Тема 4. Использование дисконтированных и не дисконтированных методов для оценки маркетинговых проектов	2
12	2	Тема 4. Учет рисков маркетингового проекта	2
13	2	Тема 5. Бюджетирование и финансовое моделирование маркетинговой деятельности: понятие бюджета, бюджетный цикл	2
14	2	Тема 5. Методы составления бюджета маркетинга. Виды бюджетов	2
15	2	Тема 5. Суть понятия финансового моделирования, этапы финансового моделирования	2
16	2	Тема 6. Маркетинговые исследования для оценки результативности и эффективности маркетинговой деятельности, их планирование и проведение	2
17	2	Тема 6. Виды маркетинговых исследования, методы сбора данных для последующей оценки результативности и эффективности маркетинговой деятельности, преимущества и ограничения различных методов маркетинговых исследований	2
18	2	Тема 6. Виды маркетинговых исследования, методы сбора данных для последующей оценки результативности и эффективности маркетинговой деятельности, преимущества и ограничения различных методов маркетинговых исследований	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к практическим занятиям и текущего контроля в аудитории (эссе №1, эссе №2, эссе №3, эссе №4)	ЭУМД 1 - https://urait.ru/bcode/511398 ЭУМД 2 - https://urait.ru/bcode/511247 ЭУМД 3 - https://urait.ru/bcode/511008 ЭУМД 4 - https://urait.ru/bcode/510958 ЭУМД 5 - https://urait.ru/bcode/515664 ЭУМД 6 - https://urait.ru/bcode/510667 ЭУМД 7 - https://urait.ru/bcode/511247 ЭУМД 8 - https://urait.ru/bcode/530723 ЭУМД 9 - https://urait.ru/bcode/520372	4	15

	ЭУМД 10 - https://urait.ru/bcode/511404 ЭУМД 11 - https://urait.ru/bcode/510376 ЭУМД 12 - https://urait.ru/bcode/520339 ЭУМД 13 - https://urait.ru/bcode/511221 ЭУМД 14 - https://urait.ru/bcode/512962 ЭУМД 15 - https://urait.ru/bcode/517594 ЭУМД 16 - https://urait.ru/bcode/511676		
Подготовка к мероприятиям текущего контроля (Тестирование №1, тестирование № 2, Тестирование № 3, Тестирование № 4, Контрольные задания №1)	ЭУМД 1 - https://urait.ru/bcode/511398 ЭУМД 2 - https://urait.ru/bcode/511247 ЭУМД 3 - https://urait.ru/bcode/511008 ЭУМД 4 - https://urait.ru/bcode/510958 ЭУМД 5 - https://urait.ru/bcode/515664 ЭУМД 6 - https://urait.ru/bcode/510667 ЭУМД 7 - https://urait.ru/bcode/511247 ЭУМД 8 - https://urait.ru/bcode/530723 ЭУМД 9 - https://urait.ru/bcode/520372 ЭУМД 10 - https://urait.ru/bcode/511404 ЭУМД 11 - https://urait.ru/bcode/510376 ЭУМД 12 - https://urait.ru/bcode/520339 ЭУМД 13 - https://urait.ru/bcode/511221 ЭУМД 14 - https://urait.ru/bcode/512962 ЭУМД 15 - https://urait.ru/bcode/517594 ЭУМД 16 - https://urait.ru/bcode/511676	4	28
Подготовка к промежуточной аттестации	ЭУМД 1 - https://urait.ru/bcode/511398 ЭУМД 2 - https://urait.ru/bcode/511247 ЭУМД 3 - https://urait.ru/bcode/511008 ЭУМД 4 - https://urait.ru/bcode/510958 ЭУМД 5 - https://urait.ru/bcode/515664 ЭУМД 6 - https://urait.ru/bcode/510667 ЭУМД 7 - https://urait.ru/bcode/511247 ЭУМД 8 - https://urait.ru/bcode/530723 ЭУМД 9 - https://urait.ru/bcode/520372 ЭУМД 10 - https://urait.ru/bcode/511404 ЭУМД 11 - https://urait.ru/bcode/510376 ЭУМД 12 - https://urait.ru/bcode/520339 ЭУМД 13 - https://urait.ru/bcode/511221 ЭУМД 14 - https://urait.ru/bcode/512962 ЭУМД 15 - https://urait.ru/bcode/517594 ЭУМД 16 - https://urait.ru/bcode/511676	4	8,5

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	4	Текущий	Эссе №1	0,1	10	Эссе представляет индивидуальную	экзамен

		контроль				<p>письменную работу студента.</p> <p>Максимальный балл за работу - 10 баллов. Порядок начисления баллов: 10 баллов - студент полностью описал свою идею, демонстрирует отличное владение материалом, ответ обоснован и подкреплён примерами. 8 балла - студент полностью описал свою идею, но представленное описание имеет незначительные недочеты, неточности, ответ обоснован и подкреплён примерами. 6 балла - студент не полностью описал свою идею, есть пробелы в понимании и выражении собственной точки зрения, ответ плохо обоснован, но подкреплён примерами. менее 6 баллов - студент не полностью описал свою идею, не смог продемонстрировать хорошее владение теорией, ответ плохо обоснован, приведены неудачные примеры. 0 баллов - студент не представил эссе. 2 балла снимается дополнительно за несвоевременно предоставленную работу.</p>	
2	4	Текущий контроль	Тест № 1	0,1	10	<p>Студенты проходят тестирование на занятиях, на базе электронной платформы ЮУРГУ. Студенту необходимо ответить на 10 тестовых вопросов. Время, отведенное на тестирование, составляет 25 минут. При оценке результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценки результатов учебной деятельности студентов (утверждена приказом ректора № 179 от 24.05.2019). Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Максимальное количество баллов - 10. Весовой коэффициент события равен 0,1.</p>	экзамен
3	4	Текущий контроль	Эссе №2	0,1	10	<p>Эссе представляет индивидуальную письменную работу студента.</p> <p>Максимальный балл за работу - 10 баллов. Порядок начисления баллов: 10 баллов - студент полностью описал свою идею, демонстрирует отличное владение материалом, ответ обоснован и подкреплён примерами. 8 балла - студент полностью описал свою идею, но представленное описание имеет незначительные недочеты, неточности, ответ обоснован и подкреплён примерами. 6 балла - студент не полностью описал свою идею, есть пробелы в понимании и выражении собственной точки зрения, ответ плохо обоснован, но подкреплён примерами.</p>	экзамен

						<p>менее 6 баллов - студент не полностью описал свою идею, не смог продемонстрировать хорошее владение теорией, ответ плохо обоснован, приведены неудачные примеры.</p> <p>0 баллов - студент не представил эссе.</p> <p>2 балла снимается дополнительно за несвоевременно предоставленную работу.</p>	
4	4	Текущий контроль	Тест № 2	0,1	10	<p>Студенты проходят тестирование на занятиях, на базе электронной платформы ЮУРГУ. Студенту необходимо ответить на 10 тестовых вопросов. Время, отведенное на тестирование, составляет 25 минут.</p> <p>При оценке результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценки результатов учебной деятельности студентов (утверждена приказом ректора № 179 от 24.05.2019). Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу.</p> <p>Максимальное количество баллов - 10.</p> <p>Весовой коэффициент события равен 0,1.</p>	экзамен
5	4	Текущий контроль	Эссе № 3	0,1	10	<p>Эссе представляет индивидуальную письменную работу студента.</p> <p>Максимальный балл за работу - 10 баллов.</p> <p>Порядок начисления баллов:</p> <p>10 баллов - студент полностью описал свою идею, демонстрирует отличное владение материалом, ответ обоснован и подкреплён примерами.</p> <p>8 балла - студент полностью описал свою идею, но представленное описание имеет незначительные недочеты, неточности, ответ обоснован и подкреплён примерами.</p> <p>6 балла - студент не полностью описал свою идею, есть пробелы в понимании и выражении собственной точки зрения, ответ плохо обоснован, но подкреплён примерами.</p> <p>менее 6 баллов - студент не полностью описал свою идею, не смог продемонстрировать хорошее владение теорией, ответ плохо обоснован, приведены неудачные примеры.</p> <p>0 баллов - студент не представил эссе.</p> <p>2 балла снимается дополнительно за несвоевременно предоставленную работу.</p>	экзамен
6	4	Текущий контроль	Тест № 3	0,1	10	<p>Студенты проходят тестирование на занятиях, на базе электронной платформы ЮУРГУ. Студенту необходимо ответить на 10 тестовых вопросов. Время, отведенное на тестирование, составляет 25 минут.</p> <p>При оценке результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценки результатов учебной деятельности студентов (утверждена приказом ректора №</p>	экзамен

						179 от 24.05.2019). Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Максимальное количество баллов - 10. Весовой коэффициент события равен 0,1.	
7	4	Текущий контроль	Эссе № 4	0,1	10	<p>Эссе представляет индивидуальную письменную работу студента.</p> <p>Максимальный балл за работу - 10 баллов. Порядок начисления баллов: 10 баллов - студент полностью описал свою идею, демонстрирует отличное владение материалом, ответ обоснован и подкреплен примерами. 8 балла - студент полностью описал свою идею, но представленное описание имеет незначительные недочеты, неточности, ответ обоснован и подкреплен примерами. 6 балла - студент не полностью описал свою идею, есть пробелы в понимании и выражении собственной точки зрения, ответ плохо обоснован, но подкреплен примерами. менее 6 баллов - студент не полностью описал свою идею, не смог продемонстрировать хорошее владение теорией, ответ плохо обоснован, приведены неудачные примеры. 0 баллов - студент не представил эссе. 2 балла снимается дополнительно за несвоевременно предоставленную работу.</p>	экзамен
8	4	Текущий контроль	Тест № 4	0,1	10	<p>Студенты проходят тестирование на занятиях, на базе электронной платформы ЮУРГУ. Студенту необходимо ответить на 10 тестовых вопросов. Время, отведенное на тестирование, составляет 25 минут. При оценке результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценки результатов учебной деятельности студентов (утверждена приказом ректора № 179 от 24.05.2019). Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Максимальное количество баллов - 10. Весовой коэффициент события равен 0,1.</p>	экзамен
9	4	Текущий контроль	Контрольные задания	0,2	20	<p>Тестирование студенты осуществляют на занятии, на базе платформы "Электронный ЮУрГУ". Студенту необходимо ответить на 20 тестовых вопросов. Время, отведенное на тестирование - 40 минут. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу.</p>	экзамен

	маркетинговых коммуникаций организации с использованием различных методов (ROMI, коммуникативная эффективность и др.)																			
ПК-3	Имеет практический опыт: - расчета показателей эффективности и результативности маркетинговых коммуникаций в практике бизнеса																			
ПК-4	Знает: - подходы и методы оценки эффективности и результативности маркетинговой деятельности, концепцию сбалансированных показателей и возможности ее применения для оценки эффективности маркетинговой деятельности																			
ПК-4	Умеет: - обосновывать эффективность маркетинговых мероприятий, проводить анализ вклада разных факторов в маркетинговый результат на основе построения системы показателей, оценивать результативность и эффективность маркетинговых проектов и программ, оценивать вклад маркетинга в бизнес-результаты																			
ПК-4	Имеет практический опыт: - обоснования выбора релевантных методов оценки эффективности маркетинговой деятельности компании																			

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) *основная литература:*

Не предусмотрена

б) *дополнительная литература:*

Не предусмотрена

в) *отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*

Не предусмотрены

г) *методические указания для студентов по освоению дисциплины:*

1. 1. Оценка эффективности и результативности маркетинговой деятельности / составитель М.И. Соколова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – 16 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. 1. Оценка эффективности и результативности маркетинговой деятельности / составитель М.И. Соколова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – 16 с.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — URL : https://urait.ru/bcode/511398
2	Основная	Образовательная	Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов /

	литература	платформа Юрайт	И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — URL : https://urait.ru/bcode/511247
3	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — URL : https://urait.ru/bcode/511008
4	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — URL : https://urait.ru/bcode/510958
5	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Чикилева, Л. С. Английский язык в бизнес-информатике. English for Business Informatics (B1-B2) : учебник и практикум для вузов / Л. С. Чикилева, Е. Л. Авдеева, Л. С. Есина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 196 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14565-6. — URL : https://urait.ru/bcode/515664
6	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для вузов / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04642-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510667
7	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — URL : https://urait.ru/bcode/511247
8	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Лукаевич, И. Я. Финансовый менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. Я. Лукаевич. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 680 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16271-4. — URL : https://urait.ru/bcode/530723
9	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — URL : https://urait.ru/bcode/520372
10	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Погодина, Т. В. Инвестиционный менеджмент : учебник и практикум для вузов / Т. В. Погодина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 306 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15713-0. — URL : https://urait.ru/bcode/511404
11	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Каверина, О. Д. Управленческий учет : учебник и практикум для вузов / О. Д. Каверина. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 428 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15968-4. — URL : https://urait.ru/bcode/510376
12	Дополнительная	Образовательная	Анализ научно-технических данных и результатов

	литература	платформа Юрайт	исследований : учебник для вузов / А. Н. Асаул, Е. И. Рыбнов, Г. Ф. Щербина, М. А. Асаул. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 240 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15448-1. — URL : https://urait.ru/bcode/520339
13	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Купцова, А. К. Английский язык для менеджеров и логистов (B1-C1) : учебник и практикум для вузов / А. К. Купцова, Л. А. Козлова, Ю. П. Волынец ; под общей редакцией А. К. Купцовой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08147-3. — URL : https://urait.ru/bcode/511221
14	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Даниленко, Л. П. Английский язык для экономистов (B1—B2) : учебник и практикум для вузов / Л. П. Даниленко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 130 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07990-6. — URL : https://urait.ru/bcode/512962
15	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Ступникова, Л. В. Английский язык в международном бизнесе. English in international business activities : учебное пособие для вузов / Л. В. Ступникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11015-9. — URL : https://urait.ru/bcode/517594
16	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Уваров, В. И. Английский язык для экономистов (A2-B2). English for Business + аудиозаписи : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. И. Уваров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 393 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09824-2. — URL : https://urait.ru/bcode/511676

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -Thr Cambridge Cristallographic Data Centre(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	450 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, программное обеспечение, компьютерная техника с выходом в Интернет
Лекции	450 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, программное обеспечение, компьютерная техника с выходом в Интернет
Экзамен	450 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий,

		программное обеспечение, компьютерная техника с выходом в Интернет
Самостоятельная работа студента	450 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, программное обеспечение, компьютерная техника с выходом в Интернет
Пересдача	450 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, программное обеспечение, компьютерная техника с выходом в Интернет
Контроль самостоятельной работы	450 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, программное обеспечение, компьютерная техника с выходом в Интернет