ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00A2C30F99EF9D0306EA3C0F012BEB925E
Владелец: Чанкаев Мурат Хасанович
Действителен: с 02.04.2026 до 26.06.2027

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ

УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ У.Д. АЛИЕВА»

Кафедра экономики и прикладной информатики

УТВЕРЖДАЮ
И. о. проректора по УР
М. Х. Чанкаев
«29» апреля 2026 г., протокол № 7

Рабочая программа дисциплины

МАРКЕТИНГ

(наименование дисциплины (модуля)

Направление подготовки
09.03.03 Прикладная информатика
(шифр, название направления)

направленность (профиль) программы
«Прикладная информатика в государственном и муниципальном управлении»

Квалификация выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная/заочная

Год начало подготовки -2026

Карачаевск, 2026

Составитель : *стар. преподаватель Токова Ф.А.*

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 сентября 2017 г. № 922 на основании учебного плана подготовки бакалавров по направлению 09.03.03 «Прикладная информатика», направленность (профиль) программы – Прикладная информатика в государственном и муниципальном управлении; локальными актами КЧГУ.

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры экономики и прикладной информатики на 2026-2027 уч. год, протокол № 8 от 15.04. 2026 г.

Оглавление

1.Наименование дисциплины (модуля)....3
2.Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы....4
3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы....4
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся....5
5.Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий....6
5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий....6
(в академических часах)....6
5.2. Тематика и краткое содержание лабораторных занятий....7
5.3. Примерная тематика курсовых работ....7
6. Основные формы учебной работы и образовательные технологии, используемые при реализации образовательной программы....7
7.2. Перевод бально-рейтинговых показателей оценки качества подготовки обучающихся в отметки традиционной системы оценивания. 10
7.3.Типовые контрольные вопросы и задания ,необходимые для оценивания сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины 10
7.3.1.Перечень тем к письменным работам, докладам и выступлениям 10
Вопросы для зачета:....11
7.3.2.Тестовый материал для диагностики индикаторов оценивания сформированности компетенций: 12
8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплин (модуля)....12
9. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)....14
9.1. Общесистемные требования 14
9.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 14
9.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения 15
9.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы ...15
10. Особенности организации образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья....15
11. Лист изменений в РПД 16

1.Наименование дисциплины (модуля)

МАРКЕТИНГ

Целью изучения дисциплины «Маркетинг» является приобретение студентами теоретических знаний по маркетингу, а также формирование практических навыков использования различных инструментов маркетинга в деятельности организации.

Для достижения цели ставятся задачи:

- изучить особенности использования в управлении организацией принципов маркетинга, концепций и видов маркетинга;
- изучить основные этапы процесса маркетингового исследования;
- ознакомить с критериями сегментации потребителей различных рынков;
- формировать умение собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность организаций;
- формировать умение анализировать рынок программно-технических средств;
- овладеть навыками сбора маркетинговой информации с помощью различных методов;
- формировать навыки разработки концепции нового информационного продукта.

2.Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.07.01 «Маркетинг» относится к блоку – «Блок 1 и реализуется в рамках к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина (модуль) изучается на 4 курсе очно, на 5 курсе заочно.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП	
Индекс	Б1.В.ДВ.07.01
Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Для освоения дисциплины обучающиеся используют компетенции, полученные на предыдущем уровне образования.	
Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Изучение дисциплины «Маркетинг» является основой для последующего изучения таких дисциплин как «Бухгалтерский учет», «Финансы и кредит», «Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отдельных отраслях производственной сферы». Также, полученные знания в процессе изучения дисциплины ,позволят успешно пройти все виды практик.	

3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций обучающегося:

Код компетенций	Содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО/ ОПВО	Индикаторы достижения компетенций	Декомпозиция компетенций (результаты обучения) в соответствии с установленными индикаторами
ПК-1	Способность проводить		ПК-1.1. Знает методику

	обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе		проведения обследования организации и выявления информационных потребностей пользователей. ПК-1.2. Умеет выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе. ПК-1.3. Владеет методикой обследования организации и выявления информационных потребностей пользователей.

4. **Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет ___3___ЗЕТ, _108 академических часа.

Объём дисциплины	Всего часов	
	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)* (всего)	48	8
Аудиторная работа (всего):	48	8
в том числе:		
лекции	24	4
семинары, практические занятия	24	4
практикумы		
лабораторные работы		
Внеаудиторная работа:		
курсовые работы		
консультация перед экзаменом		
Внеаудиторная работа также включает индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем), творческую работу (эссе), рефераты, контрольные работы и др.		
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	60	96
Контроль самостоятельной работы		4
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	Зачет	зачет

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

5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий ,включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах) Аудиторные уч. занятия			Сам. работа
		Всего	Лек	Пр	Лаб	
	Раздел 1 Основные понятия и концепции маркетинга	108	24	24		60
	Тема: Понятие и сущность маркетинга ,его цели ,задачи и принципы	8	4	4		8
1.	Тема: Система маркетинговых исследований	8	2	2		6
2.	Тема: Основы товарной политики	8	2	2		6
3.	Тема: Задачи и политика ценообразования	8	4	4		8
4.	Тема: Товародвижение и торговля	8	2	2		6
5.	Тема: Поведение потребителей	8	2	2		6
6.	Тема: Рынок и его роль в маркетинге	8	4	4		8
7.	Тема: Конкуренция и конкуренты	8	2	2		6
8.	Тема: Маркетинговые коммуникации	8	2	2		6
	Всего	**108**	**24**	**24**		**60**

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий ,включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах) Аудиторные уч. занятия			Сам. работа
		Всего	Лек	Пр	Лаб	
1.	**Раздел 1 Основные понятия и концепции маркетинга**					

	Тема: Понятие и сущность маркетинга ,его цели ,задачи и принципы	12	2			10
2.	Тема: Система маркетинговых исследований	12	2			10
3.	Тема: Основы товарной политики	12		2		10
4.	Тема: Задачи и политика ценообразования	12		2		10
5.	Тема: Товародвижение и торговля	10				10
6.	Тема: Поведение потребителей	10				10
7.	Тема: Рынок и его роль в маркетинге	12				12
8.	Тема: Конкуренция и конкуренты	12				12
9.	Тема: Маркетинговые коммуникации	12				12
10	контроль	4				
	Всего	**108**	**4**	**4**		**96**

5.2. Тематика и краткое содержание лабораторных занятий

Учебным планом не предусмотрены

5.3. Примерная тематика курсовых работ

Учебным планом не предусмотрены

6. Основные формы учебной работы и образовательные технологии, используемые при реализации образовательной программы

Лекционные занятия. Лекция является основной формой учебной работы в вузе, она является наиболее важным средством теоретической подготовки обучающихся. На лекциях рекомендуется деятельность обучающегося в форме активного слушания, т.е. предполагается возможность задавать вопросы на уточнение понимания темы и рекомендуется конспектирование основных положений лекции. Основная дидактическая цель лекции - обеспечение ориентировочной основы для дальнейшего усвоения учебного материала. Лекторами активно используются: лекция-диалог, лекция - визуализация, лекция - презентация. Лекция - беседа, или «диалог с аудиторией», представляет собой непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Ее преимущество состоит в том, что она позволяет привлекать внимание слушателей к наиболее важным вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом особенностей аудитории. Участие обучающихся в лекции – беседе обеспечивается вопросами к аудитории, которые могут быть как элементарными, так и проблемными.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Рекомендуется на первой лекции довести до внимания студентов

структуру дисциплины и его разделы, а в дальнейшем указывать начало каждого раздела (модуля), суть и его задачи, а, закончив изложение, подводить итог по этому разделу, чтобы связать его со следующим. Содержание лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины. Для эффективного проведения лекционного занятия рекомендуется соблюдать последовательность ее основных этапов:

1. формулировку темы лекции;
2. указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение;
3. изложение вводной части;
4. изложение основной части лекции;
5. краткие выводы по каждому из вопросов;
6. заключение;
7. рекомендации литературных источников по излагаемым вопросам.

Лабораторные работы и практические занятия. Дисциплины, по которым планируются лабораторные работы и практические занятия, определяются учебными планами. Лабораторные работы и практические занятия относятся к основным видам учебных занятий и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки. Выполнение студентом лабораторных работ и практических занятий направлено на:

- обобщение, систематизацию, углубление, закрепление полученных теоретических знаний по конкретным темам дисциплин математического и общего естественно-научного, общепрофессионального и профессионального циклов;
- формирование умений применять полученные знания на практике, реализацию единства интеллектуальной и практической деятельности;
- развитие интеллектуальных умений у будущих специалистов: аналитических, проектировочных, конструктивных и др.;
- выработку при решении поставленных задач таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива. Методические рекомендации разработаны с целью единого подхода к организации и проведению лабораторных и практических занятий.

Лабораторная работа — это форма организации учебного процесса, когда студенты по заданию и под руководством преподавателя самостоятельно проводят опыты, измерения, элементарные исследования на основе специально разработанных заданий. Лабораторная работа как вид учебного занятия должна проводиться в специально оборудованных учебных аудиториях. Необходимыми структурными элементами лабораторной работы, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются инструктаж, проводимый преподавателем, а также организация обсуждения итогов выполнения лабораторной работы. Дидактические цели лабораторных занятий:

- формирование умений решать практические задачи путем постановки опыта;
- экспериментальное подтверждение изученных теоретических положений, экспериментальная проверка формул, расчетов;
- наблюдение и изучения явлений и процессов, поиск закономерностей;
- изучение устройства и работы приборов, аппаратов, другого оборудования, их испытание;
- экспериментальная проверка расчетов, формул.

Практическое занятие — это форма организации учебного процесса, направленная на выработку у студентов практических умений для изучения последующих дисциплин (модулей) и для решения профессиональных задач. Практическое занятие должно проводиться в учебных кабинетах или специально оборудованных помещениях. Необходимыми структурными элементами практического занятия, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются анализ и оценка выполненных работ и степени овладения студентами запланированными умениями. Дидактические цели практических занятий: формирование умений (аналитических, проектировочных,

конструктивных), необходимых для изучения последующих дисциплин (модулей) и для будущей профессиональной деятельности.

Семинар - форма обучения, имеющая цель углубить и систематизировать изучение наиболее важных и типичных для будущей профессиональной деятельности обучаемых тем и разделов учебной дисциплины. Семинар - метод обучения анализу теоретических и практических проблем, это коллективный поиск путей решений специально созданных проблемных ситуаций. Для студентов главная задача состоит в том, чтобы усвоить содержание учебного материала темы, которая выносится на обсуждение, подготовиться к выступлению и дискуссии. Семинар - активный метод обучения, в применении которого должна преобладать продуктивная деятельность студентов. Он должен развивать и закреплять у студентов навыки самостоятельной работы, умения составлять планы теоретических докладов, их тезисы, готовить развернутые сообщения и выступать с ними перед аудиторией, участвовать в дискуссии и обсуждении.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме семинарского или практического занятия, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

Образовательные технологии. При проведении учебных занятий по дисциплине используются традиционные и инновационные, в том числе информационные образовательные технологии, включая при необходимости применение активных и интерактивных методов обучения.

Традиционные образовательные технологии реализуются, преимущественно, в процессе лекционных и практических (семинарских, лабораторных) занятий. Инновационные образовательные технологии используются в процессе аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов в виде применения активных и интерактивных методов обучения. Информационные образовательные технологии реализуются в процессе использования электронно-библиотечных систем, электронных образовательных ресурсов и элементов электронного обучения в электронной информационно-образовательной среде для активизации учебного процесса и самостоятельной работы студентов.

Практические занятия могут проводиться в форме групповой дискуссии, «мозговой атаки», разборка кейсов, решения практических задач, публичная презентация проекта и др. Прежде, чем дать группе информацию, важно подготовить участников, активизировать их ментальные процессы, включить их внимание, развивать кооперацию и сотрудничество при принятии решений.

1. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Индикаторы оценивания сформированности компетенций

Компетенции	Зачтено			Не зачтено
	Высокий уровень (отлично) (86-100% баллов)	Средний уровень (хорошо) (71-85% баллов)	Низкий уровень (удовлетворительно) (56-70% баллов)	Ниже порогового уровня (неудовлетворительно) (до 55 % баллов)

ПК-1 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе	ПК-1.1.Знает методологию проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе.	ПК-1.1.Знает методологию проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе.	ПК-1.1.Знает методологию проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе.	ПК-1.1. Знает фрагментарно методологию проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе.
	ПК-1.2.Умеет проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.	ПК-1.2.Умеет проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.	ПК-1.2.Умеет проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.	ПК-1.2.Умеет фрагментарно проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
	ПК-1.3.Владеет навыками проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе	ПК-1.3.Владеет навыками проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе	ПК-1.3.Владеет навыками проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе	ПК-1.3.Не владеет навыками проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе

7.2. Перевод бально-рейтинговых показателей оценки качества подготовки обучающихся в отметки традиционной системы оценивания.

Порядок функционирования внутренней системы оценки качества подготовки обучающихся и перевод бально-рейтинговых показателей обучающихся в отметки традиционной системы оценивания проводиться в соответствии с положением КЧГУ «Положение о бально-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся», размещенным на сайте Университета по адресу: https://kchgu.ru/inye-lokalnye-akty/

7.3.Типовые контрольные вопросы и задания ,необходимые для оценивания сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины

7.3.1.Перечень тем к письменным работам, докладам и выступлениям

1. Основные маркетинговые идеи и концепции.
2. Влияние маркетинговой деятельности на успех предприятия.
3. Сущность маркетинговых коммуникаций.

4. Формирование имиджа и стиля фирмы.
5. Брэнд: сущность и значение.
6. Сбыт продукции оптом и в розницу.
7. Рекламная деятельность организации.
8. Разработка товарной марки продукции.
9. Особенности проведения маркетинговых исследований.
10. Маркетинговое исследование рынка.
11. Методы изучения деятельности фирм конкурентов.
12. Туристический маркетинг.
13. Маркетинговая политика организации.
14. Методы формирования цен на товары.
15. Основные методы продвижения продукции на рынке.
16. Методы прогнозирования маркетинговой деятельности.
17. Процесс организации прямых продаж.
18. Основы банковского маркетинга.
19. Маркетинговый подход к разработке нового продукта на предприятии.
20. Управление маркетингом.

Вопросы для зачета:

1. Понятие и виды маркетинга.
2. Функции и первичные понятия маркетинга.
3. Принципы и концепции маркетинга.
4. Понятие маркетинговой среды предприятия. Микросреда предприятия.
5. Макросреда предприятия.
6. Особенности маркетинговой деятельности на предприятии.
7. Виды организационных структур службы маркетинга.
8. Планирование маркетинговой деятельности.
9. Алгоритм разработки и реализации организационно-управленческих решений в маркетинговой деятельности.
10. Изучение рыночных возможностей фирмы.
11. Система маркетинговых исследований.
12. Свойства и методы сбора маркетинговой информации.
13. Классификационные признаки и виды маркетинговой информации.
14. Товарная структура рынка. Признаки классификации рынков.
15. Оценка конъюнктуры рынка программно-технических средств.
16. Определение емкости рынка программно-технических средств.
17. Понятие сегментирования рынка и критерии сегментирования.
18. Выбор целевого сегмента рынка и позиционирование программно-технического средства.
19. Понятие товара и товарной политики.
20. Многоуровневая модель товара Ф. Котлера.
21. Жизненный цикл программно-технического средства.
22. Виды жизненного цикла программно-технических средств.
23. Разработка новых программно-технических средств. Понятие марки и марочная политика предприятия.
24. Товарный знак, брендинг и фирменный стиль.
25. Упаковка товара и её задачи.
26. Качество и конкурентоспособность товара.
27. Сертификация товаров (продукции). Стандартизация.
28. Понятие сервиса и его задачи.
29. Виды, системы и формы сервиса.
30. Служба сервиса, ее структура и функции.
31. Каналы распределения товаров.
32. Типы торговых посредников.

33. Система товародвижения в маркетинге.
34. Особенности складирования и транспортировки товаров.
35. Оптовая торговля.
36. Розничная торговля.
37. Понятие и особенности рекламы.
38. Средства рекламы.
39. Виды рекламы.
40. Паблик рилейшнз. Стимулирование сбыта.
41. Личная продажа и её особенности.
42. Прямой маркетинг и его характерные черты.
43. Ярмарки и выставки.
44. Понятие цены и виды цен.
45. Методы расчёта цены и ценовые стратегии.
46. Скидки с цены.
47. Маркетинговые технологии в продвижении оптовых продаж.
48. Сегменты рынка и позиционирование товара на рынке.
49. Сетевой маркетинг: сущность, значение и перспективы.
50. Виды маркетинговых стратегий.
51. Товарная политика фирмы и товародвижение.
52. Методы исследования рынков.
53. Информационные маркетинговые
54. Методы прогнозирования маркетинговой деятельности.
55. Процесс организации прямых продаж.
56. Основы банковского маркетинга.
57. Маркетинговый подход к разработке нового продукта на предприятии.
58. Управление маркетингом.
59. Основные составляющие комплекса маркетинга
60. Каналы товародвижения

7.3.2.Тестовый материал для диагностики индикаторов оценивания сформированности компетенций:

Тестовые задания для оценки сформированности компетенции: ПК-1 « Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе».

8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплин (модуля)

8.1. Основная литература:

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, 2024. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536534

2. *Реброва, Н. П.* Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536443

3. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченок [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченок. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 477 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-19009-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555727

4. *Корнеева, И. В.* Маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 436 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03565-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/537709

5. *Синяева, И. М.* Маркетинг : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 495 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11509-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/445444

8.2. Дополнительная литература

1. Басовский, Л. Е. Маркетинг: курс лекций / Л. Е. Басовский. - Москва: ИНФРА-М, 2019 -219 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-002309-0. - URL: https: //znanium.com/catalog/product/1007096. - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
2. Басовский, Л. Е. Маркетинг: учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 233 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011840-6. - URL: https://znanium.com/catalog /product/939196. - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
3. Годин, А. М. Маркетинг: учебник для бакалавров / А. М. Годин. - 12-е изд. - Москва: Дашков и К°, 2016. - 656 с. - ISBN 978-5-394-02540-2. - URL: https: // znanium. com/catalog/product/1092970. Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
4. Ким, С. А. Маркетинг /С. А. Ким. - Москва: Дашков и К, 2017. - 260 с. - ISBN 978-5394-02014-8. - URL: https://znanium.com/catalog/product/513272. - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
5. Наумов, В. Н. Маркетинг: учебник / В.Н. Наумов. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 320 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010921-3. - URL: https: //znanium.com /catalog/product/925823. - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
6. Нуралиев, С. У. Маркетинг: учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - 2-е изд., стер. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 360 с. - ISBN 978-5-394-03577-7. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093217. - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
7. Романов, А. А. Маркетинг: учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - 2-е изд., стер. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 438 с. - ISBN 978-5-394-03542-5. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093246. - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
8. Соловьев, Б. А. Маркетинг: учебник / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 337 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003647-2. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1078335. - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
9. Цахаев, Р. К. Маркетинг: учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. - 5-е изд., стер. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 548 с. - ISBN 978-5-394-03478-7. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093486 . - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

9. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)

9.1. Общесистемные требования

Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «КЧГУ»

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории Университета, так и вне ее.

Функционирование ЭИОС обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование ЭИОС соответствует законодательству Российской Федерации.

Адрес официального сайта университета: http://kchgu.ru.

Адрес размещения ЭИОС ФГБОУ ВО «КЧГУ»: https://do.kchgu.ru.

Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки)

Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2026-2027 учебный год	Электронно-библиотечная система ООО «Знаниум». Договор № 332 эбс от 02.06.2026 г. Электронный адрес: https://znanium.com	от 12.05.2026г. до 11.05.2027г.
2026-2027 учебный год	Электронно-библиотечная система «Лань». Договор № 10 от 11.02.2025 г. Электронный адрес: https://e.lanbook.com	от 11.02.2025г. до 11.02.2026г.
2026-2027 учебный год	Электронно-библиотечная система КЧГУ. Положение об ЭБ утверждено Ученым советом от 30.09.2015г. Протокол № 1. Электронный адрес: http://lib.kchgu.ru	Бессрочный
2026-2027 учебный год	Национальная электронная библиотека (НЭБ). Договор №101/НЭБ/1391-п от 22. 02. 2023 г. Электронный адрес: http://rusneb.ru	Бессрочный
2026-2027 учебный год	Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU». Лицензионное соглашение №15646 от 21.10.2016 г. Электронный адрес: http://elibrary.ru	Бессрочный
2026-2027 учебный год	Электронный ресурс Polpred.comОбзор СМИ. Соглашение. Бесплатно. Электронный адрес: http://polpred.com	Бессрочный

9.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

Занятия проводятся в учебных аудиториях, предназначенных для проведения занятий лекционного и практического типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с расписанием занятий по образовательной программе. С описанием оснащенности аудиторий можно ознакомиться на сайте университета, в разделе материально-технического обеспечения и оснащенности образовательного процесса по адресу: https://kchgu.ru/sveden/objects/

9.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения

- MicrosoftWindows (Лицензия № 60290784), бессрочная
- MicrosoftOffice (Лицензия № 60127446), бессрочная
- ABBY FineReader (лицензия № FCRP-1100-1002-3937), бессрочная
- CalculateLinux (внесён в ЕРРП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная
- Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная
- - Kaspersky Endpoint Security. Договор №0379400000325000001/1 от 28.02.2025г. Срок действия лицензии с 27.02.2025г. по 07.03.2027г.

9.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Федеральный портал «Российское образование»- https://edu.ru/documents/
2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – http://school-collection.edu.ru/
3. Базы данных Scopus издательства Elsevirhttp://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic.
4. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования - http://fgosvo.ru.
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР) – http://edu.ru.
6. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – http://school-collection.edu.ru.
7. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (ИС «Единое окно») – http://window/edu.ru.

10. Особенности организации образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ФГБОУ ВО «Карачаево-Черкесский государственный университет имени У.Д. Алиева» созданы условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Специальные условия для получения образования по ОПВО обучающимися с ограниченными возможностями здоровья определены «Положением об обучении лиц с ОВЗ *в КЧГУ*», размещенным на сайте Университета по адресу: http://kchgu.ru.

11. Лист изменений в РПД

Изменение	Дата и номер протокола ученого совета факультета/ института, на котором были рассмотрены вопросы о необходимости внесения изменений в ОПВО	Дата и номер протокола ученого совета Университета, на котором были утверждены изменения в ОПВО
Обновлен договор №332 эбс ООО «Знаниум» от 02.06.2026г. Действует с 02.06.2026г. до 11.06.2027г.		03.06.2026г., протокол № 8