

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ У.Д. АЛИЕВА»

Педагогический факультет

Кафедра педагогики и педагогических технологий

УТВЕРЖДАЮ
И. о. проректора по УР
М. Х. Чанкаев
«30» апреля 2025 г., протокол № 8

Рабочая программа дисциплины

МАРКЕТИНГ В ОБРАЗОВАНИИ
(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки

44.04.01 Педагогическое образование
(шифр, название направления)

направленность (профиль) программы
Менеджмент в образовании

Квалификация выпускника

Магистр

Форма обучения

Очная/заочная

Год начала подготовки – 2025

Карачаевск, 2025

Составитель: канд. пед. наук, доц. Чиркова Т.В.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22.02.2018 №126, на основании учебного плана подготовки магистров по направлению 44.04.01 Педагогическое образование, направленность (профиль) программы «Менеджмент в образовании», локальных актов КЧГУ.

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
педагогики и педагогических технологий на 2025-2026 уч. год
Протокол № 7 от 18.04.2025

Оглавление

1. Наименование дисциплины (модуля):	4
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.....	5
5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах) ...	5
5.2. Примерная тематика курсовых работ	8
<i>Учебным планом не предусмотрены</i>	8
6. Основные формы учебной работы и образовательные технологии, используемые при реализации образовательной программы	8
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	10
7.1. Индикаторы оценивания сформированности компетенций.....	10
7.2. Перевод балльно-рейтинговых показателей оценки качества подготовки обучающихся в отметки традиционной системы оценивания.....	11
7.3. Типовые контрольные вопросы и задания, необходимые для оценивания сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины	11
7.3.1. Перечень вопросов для зачета/экзамена	11
7.3.2 Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям	12
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)	12
8.1. Основная литература:	12
8.2. Дополнительная литература:.....	13
9. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)	13
9.1. Общесистемные требования	13
9.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины	14
9.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения	14
9.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	14
10. Особенности организации образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья	15
11. Лист изменений в РПД.....	16

1. Наименование дисциплины (модуля):

Маркетинг в образовании

Целью изучения дисциплины «Маркетинг в образовании» является знакомство магистрантов с основными методологическими принципами разработки и реализации маркетинговых технологий в области образования; приемами формирования ресурсно-информационной базы для осуществления практической деятельности в сфере продвижения образовательных учреждений и их программ, взаимодействия с участниками образовательного процесса и социальными партнерами в ходе маркетинговых проектов образовательных учреждений.

Для достижения цели ставятся задачи:

- сформировать знания в области самостоятельного освоения и использования новых методов исследования в сфере маркетинговой деятельности образовательных учреждений и проектов их продвижения;
- освоить способы освоения новых сфер профессиональной деятельности, в частности, сферы маркетинговых коммуникаций образовательных проектов;
- освоить способы формирования ресурсно-информационные базы для осуществления практической деятельности в сфере продвижения образовательных учреждений и их программ;
- изучить состояние и потенциал управляемой системы образовательного учреждения и ее макро- и микроокружения с целью формирования эффективного проекта маркетинговых коммуникаций.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.04 «Маркетинг в образовании» относится к дисциплинам блока Б1, формируемым участниками образовательных отношений.

Дисциплина (модуль) изучается на 2 курсе в 3 семестре.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПВО	
Индекс	Б1.В.04
Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Для успешного освоения дисциплины студент должен иметь базовую подготовку по общепедагогическим дисциплинам.	
Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Изучение дисциплины «Маркетинг в образовании» необходимо для успешного освоения дисциплин профессионального цикла, а также для продуктивного проведения исследовательской деятельности и написания ВКР.	

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

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

Код компетенций	Содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО/ ОПВО	Индикаторы достижения сформированности компетенций
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной	УК.М-3.1 вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели УК.М-3.2 организует и корректирует работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений

	цели	УК.М-3.3 разрешает конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон; создает рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде
--	------	---

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		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	108		
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)			
Аудиторная работа (всего):	30		6
в том числе:			
лекции	10		2
семинары, практические занятия	20		4
практикумы	-		-
лабораторные работы	-		-
Внеаудиторная работа:			
консультация перед зачетом	-		-
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)	78		94
Контроль самостоятельной работы	-		
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	экзамен		экзамен (8 часов)

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	Курс/семестр	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучаю-
-------	--------------	-------------------------	--------------------	--

			Коэффициент (в часах)	Время и трудоемкость (в часах)		
				Всего	Аудиторные уч. занятия	
			108	Лек.	Пр.	Сам. работа
1.	2/3	Маркетинг как направление управленческой деятельности	8	2	2	4
2.	2/3	Сущность и особенности маркетинга в сфере образования	6		2	4
3.	2/3	Концепция маркетинга образовательных услуг	8	2	2	4
4.	2/3	Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг	6		2	4
5.	2/3	Маркетинговая среда образовательных организаций	8	2	2	4
6.	2/3	Организация и управление маркетинговой деятельностью в сфере образования	6		2	4
7.	2/3	Модель маркетингового мониторинга рынка труда педагогических кадров и образовательных услуг как элемент управления образовательным комплексом региона	8	2	2	4
8.	2/3	Ключевые модели менеджмента: стратегические, тактические и операционные	6		2	4
9.	2/3	Программа потребительского мониторинга качества образования в вузе	8	2	2	4
10.	2/3	Изучение потребителей образовательных услуг	6		2	4
11.	2/3	Объекты и субъекты образовательного маркетинга	4			4
12.	2/3	Стратегии маркетинга в решении проблемы конкурентоспособности и качества образовательных услуг	6			6
13.	2/3	Стратегии сегментирования и позиционирования на рынке образовательных услуг	6			6
14.	2/3	Образовательная программа и товарные стратегии	4			4
15.	2/3	Цена и ценовые стратегии	4			4
16.	2/3	Каналы и стратегии распределения образователь-	4			4

		ных услуг					
17.	2/3	Коммуникации и стратегии продвижения образовательных услуг	6				6
18.	2/3	Технологии внутреннего маркетинга в образовательных учреждениях	4				4

Заочная форма обучения

№ п/п	Курс/ семестр	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоем- кость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучаю- щихся и трудоемкость (в часах)			Сам. работа
				Всего 108	Аудиторные уч. занятия	Сам. работа	
1.	2/4	Маркетинг как направление управлеченческой деятельности	10	2	2		6
2.	2/4	Сущность и особенности маркетинга в сфере образования	8		2		6
3.	2/4	Концепция маркетинга образовательных услуг	6				6
4.	2/4	Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг	6				6
5.	2/4	Маркетинговая среда образовательных организаций	6				6
6.	2/4	Организация и управление маркетинговой деятельностью в сфере образования	6				6
7.	2/4	Модель маркетингового мониторинга рынка труда педагогических кадров и образовательных услуг как элемент управления образовательным комплексом региона	6				6
8.	2/4	Ключевые модели менеджмента: стратегические, тактические и операционные	6				6
9.	2/4	Программа потребительского мониторинга качества образования в вузе	4				4
10.	2/4	Изучение потребителей образовательных услуг	4				4
11.	2/4	Объекты и субъекты образовательного маркетинга	4				4

12.	2/4	Стратегии маркетинга в решении проблемы конкурентоспособности и качества образовательных услуг	6				6
13.	2/4	Стратегии сегментирования и позиционирования на рынке образовательных услуг	6				6
14.	2/4	Образовательная программа и товарные стратегии	4				4
15.	2/4	Цена и ценовые стратегии	4				4
16.	2/4	Каналы и стратегии распределения образовательных услуг	4				4
17.	2/4	Коммуникации и стратегии продвижения образовательных услуг	6				6
18.	2/4	Технологии внутреннего маркетинга в образовательных учреждениях	4				4

5.2. 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 ориентированной 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.

7. 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)
УК-3: Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию	В полном объеме знает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды	Знает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения	В целом знает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения	Не знает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели

гию для достижения поставленной цели	для достижения поставленной цели	поставленной цели	ния поставленной цели	
	В полном объеме умеет организовывать и корректировать работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений	Умеет организовывать и корректировать работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений	В целом умеет организовывать и корректировать работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений	Не умеет организовывать и корректировать работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений
	В полном объеме владеет навыками разрешения конфликтов и противоречий при деловом общении на основе учета интересов всех сторон; создания рабочей атмосферы, позитивного эмоционального климата в команде	Владеет навыками разрешения конфликтов и противоречий при деловом общении на основе учета интересов всех сторон; создания рабочей атмосферы, позитивного эмоционального климата в команде	В целом владеет навыками разрешения конфликтов и противоречий при деловом общении на основе учета интересов всех сторон; создания рабочей атмосферы, позитивного эмоционального климата в команде	Не владеет навыками разрешения конфликтов и противоречий при деловом общении на основе учета интересов всех сторон; создания рабочей атмосферы, позитивного эмоционального климата в команде

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

Порядок функционирования внутренней системы оценки качества подготовки обучающихся и перевод балльно-рейтинговых показателей обучающихся в отметки традиционной системы оценивания проводиться в соответствии с положением КЧГУ «Положение о балльно-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 вопросов для зачета/экзамена

Вопросы для экзамена:

1. Сущность и особенности маркетинга в сфере образования.
2. Субъекты маркетинга образовательных услуг, их функции.
3. Объекты маркетинга в образовании.
4. Проблемное содержание и функции маркетинга образовательных услуг.
5. Маркетинг как философия субъектов рынка.
6. Принципы маркетинга и управление маркетинговой деятельностью на рынке образовательных услуг.
7. Методы маркетинга и проведение исследований.
8. Понятие и структура окружающей маркетинговой среды.
9. Компоненты отечественной окружающей маркетинговой среды и их воздействие на конъюнктуру рынка образовательных услуг.
10. Сегментация рынка образовательных услуг по рынкам потребителей.
11. Разновидности конкурентов на рынке образовательных услуг.
12. Методика сравнительной оценки конкурентов и их образовательных услуг.

13. Критерии оценки и выбор сегментов рынка образовательных услуг.
14. Назначение и виды стратегии маркетинга образовательных услуг.
15. Назначение и проблемы стратегии маркетинга для образовательных организаций.
16. Финансовые и маркетинговые цели образовательных учреждений.
17. Критерии классификации, генезис и виды стратегий.
18. Содержание стратегии и формирование вариантов.
19. Механизмы оценки, отбора и оптимизации вариантов стратегии.
20. Стереотипы и подходы к ценовым проблемам образовательных услуг.
21. Структура цены потребления и фактор времени.
22. Адаптация цен на образовательные услуги.
23. Коммуникация и продвижение образовательных услуг на рынке.
24. Реклама на образовательном рынке.
25. Организация и управление маркетинговой деятельностью в сфере образования.

7.3.2 Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям

1. Рынок образовательных услуг: его место в системе рыночных отношений, структура и инфраструктура.
2. Роль государства в формировании и развитии рынка образовательных услуг в России.
3. Тенденции развития рынка образовательных услуг.
4. Маркетинг в сфере образования: определение, значение, становление.
5. Концепции маркетинга.
6. Субъекты маркетинга образовательных услуг.
7. Объекты маркетинга образовательных услуг.
8. Отличительные черты образовательных услуг
9. Функции маркетинга образовательных услуг.
10. Принципы маркетинга образовательных услуг.
11. Методические основы проведения маркетинговых исследований рынка образовательных услуг.
12. Целевые аудитории образовательного учреждения и специфика взаимодействия с ними.
13. Изучение потребителей образовательных услуг.
14. Продукт на рынке образовательных услуг и его классификация.
15. Оценка конкурентоспособности образовательной услуги.
16. Организационные структуры управления маркетинговой деятельностью ОУ.
17. Модель планирования потребности в образовательных услугах.
18. Факторы повышения эффективности предоставления образовательных услуг.
19. Этапы процесса становления нового продукта – новой образовательной программы.
20. Конкурентные стратегии образовательных учреждений в рыночной экономике.

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

8.1. Основная литература:

1. Сальникова, Т. С. Проблемы предпринимательства в сфере образования : монография / Т. С. Сальникова. - 3-е изд., стер. - Москва : Дашков и К, 2021. - 198 с. -

ISBN 978-5-394-04485-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083924>

2. Пономарева, А. М. Комуникационный маркетинг : креативные средства и инструменты : учебное пособие / А.М. Пономарева. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2022. — 247 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI: <https://doi.org/10.12737/16993>. - ISBN 978-5-369-01531-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1852185>

3. Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации" от 29.12.2012 N 273-ФЗ (последняя редакция) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/

8.2. Дополнительная литература:

1. Бек, М. А. Маркетинг B2B : учебное пособие / М.А. Бек ; под ред. Н.Н. Бек. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 392 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1816711. - ISBN 978-5-16-017157-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2149198>

2. Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2085051>

3. Стратегический маркетинг для магистров : учебник / под общ. ред. О.Н. Жильцовой. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2021. — 316 с. - ISBN 978-5-9558-0434-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1153779>

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
2025-2026 учебный год	Электронно-библиотечная система ООО «Знаниум». Договор № 249 эбс от 14.05.2025 г. Электронный адрес: https://znanium.com	от 14.05.2025г. до 14.05.2026г.
2025-2026 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.
2025-2026 учебный год	Электронно-библиотечная система КЧГУ. Положение об ЭБ утверждено Ученым советом от	Бессрочный

	30.09.2015г. Протокол № 1. Электронный адрес: http://lib.kchgu.ru	
2025-2026 учебный год	Национальная электронная библиотека (НЭБ). Договор №101/НЭБ/1391-п от 22. 02. 2023 г. Электронный адрес: http://rusneb.ru	Бессрочный
2025-2026 учебный год	Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU». Лицензионное соглашение №15646 от 21.10.2016 г. Электронный адрес: http://elibrary.ru	Бессрочный
2025-2026 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

- Microsoft Windows (Лицензия № 60290784), бессрочная
- Microsoft Office (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 (Лицензия № 280E-210210-093403-420-2061), с 25.01.2023 г. по 03.03.2025 г.
 - 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 Elsevier <http://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://du.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 ученого совета факультета/института, на котором были рассмотрены вопросы о необходимости внесения изменений	Дата и номер протокола ученого совета Университета, на котором были утверждены изменения	Дата введения изменений
Обновлены договоры: 1.На антивирус Касперского. (Договор №56/2023 от 25 января 2023г.). Действует до 03.03.2025г. 2.На антивирус Касперского. (Договор0379400000325000001/1 от 28.02.2025г.Действует по 07.03.2027г. 3.Договор № 915 ЭБС ООО «Знаниум» от 12.05.2023г. Действует до 15.05.2024г. 4.Договор №238 эбс ООО «Знаниум» от 23.04.2024г. Действует до 11 мая 2025г. 5.Договор № 249 эбс ООО «Знаниум» от 14.05.2025г.Действует до 14.05.2026г. 6.Договор № 36 от 14.03.2024г. эбс «Лань». Действует по 19.01.2025г. 7.Договор №10 от 11.02.2025г. эбс «Лань». Действует по 11.02.2026г.		30.04.2025г., протокол № 8	