

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.06.2022 15:24:36
Уникальный программный ключ:
24f866be2aca16484036a8cbb3c509a9531e605f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

14.12.2021 г.
протокол № 4
Зап. кафедрой Капустина Л.М.

Утверждена
Советом по учебно-методическим вопросам
и качеству образования

15 декабря
протокол № 4
Председатель: Карх Д.А.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Технологии менеджмента и маркетинговых исследований
Направление подготовки	19.03.01 Биотехнология
Профиль	Пищевая биотехнология
Форма обучения	очная
Год набора	2022
Разработана:	
Доцент, к.э.н.	
Изакова И.Б.	

Екатеринбург
2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	6
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	7
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	12
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	12
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	13
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	14

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 19.03.01 Биотехнология (приказ Минобрнауки России от 10.08.2021 г. № 736)
ПС	

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Технологии менеджмента и маркетинговых исследований» является освоение знаний и получение навыков проведения маркетинговых исследований передового отечественного и зарубежного опыта в области технологии производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к базовой части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный контроль	Часов					З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 4						
Зачет	144	108	54	54	36	4

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Профессиональные компетенции (ПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
	производственно-технологический;

<p>ПК-3 Разработка системы мероприятий по повышению эффективности технологических процессов производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p>	<p>ИД-1.ПК-3 Знать:</p> <p>Технологии менеджмента и маркетинговых исследований рынка продукции и услуг в области производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p> <p>Назначения, принципы действия и устройство оборудования, систем безопасности и сигнализации, контрольно-измерительных приборов и автоматики производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p> <p>Принципы составления технологических расчетов при проектировании новых или модернизации существующих производств и производственных участков производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p> <p>Методы математического моделирования технологических процессов производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности на базе стандартных пакетов прикладных программ</p> <p>Состав производственных и непроизводственных затрат действующих и модернизируемых производств биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p> <p>Методы проведения расчетов для проектирования производств биотехнологической продукции для пищевой промышленности, технологических линий, цехов, отдельных участков организаций с использованием систем автоматизированного проектирования и программного обеспечения, информационных технологий при создании проектов вновь строящихся и реконструкции действующих организаций</p> <p>Показатели эффективности технологических процессов производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p> <p>Состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий для автоматизированной обработки информации с использованием персональных электронно-вычислительных машин и вычислительных систем, применяемых в автоматизированных технологических линиях производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p> <p>Методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации с использованием базовых системных программных продуктов и пакетов прикладных программ в процессе производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p> <p>Требования охраны труда, санитарной и пожарной безопасности при эксплуатации технологического оборудования, систем безопасности и сигнализации, контрольно-измерительных приборов и автоматики производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p>
--	--

<p>ПК-3 Разработка системы мероприятий по повышению эффективности технологических процессов производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p>	<p>ИД-2.ПК-3 Уметь:</p> <p>Применять методы математического моделирования и оптимизации технологических процессов производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности на базе стандартных пакетов прикладных программ</p> <p>Применять статистические методы обработки экспериментальных данных для анализа технологических процессов при производстве биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p> <p>Применять методики расчета технико-экономической эффективности производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности при выборе оптимальных технических и организационных решений</p> <p>Применять способы организации производства и эффективной работы трудового коллектива на основе современных методов управления производством биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p> <p>Использовать стандартное программное обеспечение при разработке технологической части проектов производств биотехнологической продукции для пищевой промышленности и подготовке заданий на разработку смежных частей проектов</p> <p>Осуществлять технологические компоновки и подбор оборудования для технологических линий и участков производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p> <p>Использовать информационные и телекоммуникационные технологии сбора, размещения, хранения, накопления, преобразования и передачи данных в профессионально-ориентированных информационных системах производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p> <p>Использовать системы автоматизированного проектирования и программного обеспечения, информационные технологии для проектирования производств биотехнологической продукции для пищевой промышленности, технологических линий, цехов,</p>
--	---

<p>ПК-3 Разработка системы мероприятий по повышению эффективности технологических процессов производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p>	<p>ИД-3.ПК-3 Иметь практический опыт:</p> <p>Проведения маркетинговых исследований передового отечественного и зарубежного опыта в области технологии производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p> <p>Подготовки предложений по повышению эффективности производства и конкурентоспособности продукции, направленных на рациональное использование и сокращение расходов сырья, материалов, снижение трудоемкости производства продукции, повышение производительности труда, экономное расходование энергоресурсов в организации, внедрение безотходных и малоотходных технологий производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p> <p>Математического моделирования технологических процессов производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности на базе стандартных пакетов прикладных программ в целях оптимизации производства, разработки новых технологий и технологических схем производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p> <p>Расчета производственных и непроизводственных затрат действующих и модернизируемых производств биотехнологической продукции для пищевой промышленности для оценки эффективности производства и технико-экономического обоснования строительства новых производств, реконструкции и модернизации технологических линий и участков</p> <p>Проведения расчетов для проектирования производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности, технологических линий, цехов, отдельных участков организаций с использованием систем автоматизированного проектирования и программного обеспечения, информационных технологий при создании проектов вновь строящихся и реконструкции действующих организаций</p> <p>Организации работ по проведению испытаний, внедрению и применению инновационных технологий для повышения эффективности технологических процессов производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности</p> <p>Оформления изменений в технической и технологической документации при корректировке технологических процессов, систем управления производства биотехнологической продукции для</p>
--	---

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
			Семестр 4		144		
Тема 1.	Разработка плана маркетингового исследования	26	10		10	6	
Тема 2.	Методы сбора маркетинговой информации	26	10		10	6	
Тема 3.	Информационное обеспечение маркетинговых исследований	30	12		12	6	
Тема 4.	Этика маркетинговых исследований	28	10		10	8	

Тема 5.	Отчет о маркетинговых исследованиях требования к отчету. Структура отчета. Структура презентации.	34	12		12	10	
---------	---	----	----	--	----	----	--

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
тема 1-2	тест Приложение 4	Тест включает 10 вопросов	10 б.
тема 3	Кейс Приложение 4	Решение кейса. Дать свой ответ в письменной форме по решению проблемы, описанной в кейсе. Ответить на вопросы.	10 б.
Тема 4-5	Тест Приложение 4	Тест включает 10 вопросов	10 б.
Промежуточный контроль (Приложение 5)			
4 семестр (3а)	Билет для зачета Приложения 5	Содержит один теоретический вопрос и одну задачу.	Зачтено/не зачтено

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

Тема 1. Разработка плана маркетингового исследования

Сущность и процесс планирования маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования, их содержание. Поисковое исследование в области технологии производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности. Deskриптивное исследование в области технологии производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности. Причинно-следственное исследование. Сущность и сравнение основных типов маркетинговых исследований. Классификация методов качественного и количественного исследований. Взаимосвязь поискового, deskриптивного и причинно-следственного типов маркетингового исследования. Статистические методы исследования. Отбор и подготовка персонала для проведения маркетингового исследования. Определение типа данных и методов шкалирования информации.

Тема 2. Методы сбора маркетинговой информации

Определение необходимой информации. Выбор метода сбора информации. Достоинства и недостатки методов сбора информации.

Опрос. Методы проведения опроса. Сравнительная оценка методов опроса. Выбор методов опроса. Составление анкеты. Требования к анкете. Структура вопроса. Содержание вопросов анкеты. Форма и расположение вопросов. Преодоление затруднений с ответами. Преодоление нежелания отвечать.

Наблюдение. Методы наблюдения. Классификация методов наблюдения по способу проведения. Сравнительная оценка методов наблюдения. Формы записи результатов наблюдения. Сопоставление методов опроса и наблюдения.

Эксперимент. Достоверность эксперимента. Модели предварительного эксперимента. Модели действительного эксперимента. Статистические модели. Эксперименты в рыночных и лабораторных условиях. Факторы, ограничивающие возможности эксперимента. Пробный маркетинг.

Классификация методов качественного исследования. Проекционные методы. Фокус-группы. Глубинное интервью.

Тема 3. Информационное обеспечение маркетинговых исследований

Сущность, цели, задачи маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований. Проведения маркетинговых исследований в области технологии производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности. Выявление проблемы, формулирование целей исследования. Принципы маркетинговых исследований. Роль маркетинговых исследований в маркетинговой информационной системе и системе поддержки принятия решений в области технологии производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности. Методы маркетинговых исследований: общенаучные методы, аналитико-прогностические. Определение проблемы и подхода к проведению маркетингового исследования. Задачи, связанные с определением проблемы исследования. Управленческая и маркетинговая проблемы. Проведение предварительного исследования и формулирование гипотез. Формулирование целей маркетингового исследования. Возможные ошибки при формулировании гипотез, постановке цели и задач.

Тема 4. Этика маркетинговых исследований

Правила и процедуры маркетинговых исследований. Международный Кодекс («кодекс чести») по организации и проведению маркетинговых исследований (ESOMAR\ICC). Права респондентов. Профессиональные обязанности исследователей. Взаимные права и обязанности исследователей и заказчиков исследования.

Тема 5. Отчет о маркетинговых исследованиях

требования к отчету. Структура отчета. Структура презентации.

Подготовка отчета о результатах маркетинговых исследований и его презентация. Структура отчета в области технологии производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности.. Полнота, точность, ясность, выразительность. Графическое представление отчета. Важность отчета и презентации. Основные требования, предъявляемые к проведению устной презентации отчета. Оценка эффективности проекта. . Полнота, точность, ясность, выразительность. Графическое представление отчета. Важность отчета и презентации. Основные требования, предъявляемые к проведению устной презентации отчета. Оценка эффективности проекта.

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 1. Разработка плана маркетингового исследования

КЕЙС.

Маркетинговое исследование , используется для иллюстрации концепций и процедур разработки плана маркетингового исследования в области технологии производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности.

Конкретные вопросы, ответы на которые хотели получить маркетологи, выглядели следующим образом.

1. Какие критерии используют семьи при выборе продукции?
2. Какие факторы важны потребителю при выборе продукта X?
4. Какова доля рынка X и его конкурентов по определенным категориям продуктов?
5. Какой демографический и психологический профиль покупателей X? Отличается ли он от профиля покупателей конкурирующих продуктов?

Задание:

1. Сформулировать проблему маркетингового исследования.
2. Разработать план маркетингового исследования
3. Разработать анкету для проведения маркетингового исследования.

Тема 2. Методы сбора маркетинговой информации

1. Составить анкету для проведения выбранного маркетингового исследования содержащую не менее 10 различных видов вопросов. Подготовить таблицу кодов для представления вопросов анкеты в электронной базе данных с целью их последующей обработки.
2. Провести опрос, используя Интернет-ресурсы.
3. Разработать рекомендации для выбранного объекта маркетинговых исследований.
4. Составить отчет по результатам маркетинговых исследований

Тема 3. Информационное обеспечение маркетинговых исследований

Семинар

Теоретические вопросы:

1. Сущность, цели, задачи маркетинговых исследований в области технологии производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности.
2. Управленческая и маркетинговая проблемы в области технологии производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности.
3. Понятие гипотезы. Примеры гипотез в области технологии производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности.

Тема 4. Этика маркетинговых исследований

Составить перечень основных этических норм маркетинговых исследований в области технологии производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности.

Тема 5. Отчет о маркетинговых исследованиях
требования к отчету. Структура отчета. Структура презентации.
Составить отчет и презентацию по результатам маркетингового исследования. в области технологии производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности

7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 1. Разработка плана маркетингового исследования

Выполнить задание:

- а) Используйте онлайн-базы данных для составления списка статей, имеющих отношение к Coca-Cola Company, Diet Coke и отрасли безалкогольных напитков, напечатанные на протяжении прошлого года.
- б) Посетите Web-сайты компаний Coca-Cola и PepsiCo и сравните информацию, доступную на каждом сайте Основываясь на информации, собранной в Internet, напишите отчет о факторах окружающей среды для Diet Coke

Тема 2. Методы сбора маркетинговой информации

Выбор видов и источников информации осуществляется, исходя из анализа присущих им достоинств и недостатков. Представить данные достоинства и недостатки в виде таблицы.

Тема 3. Информационное обеспечение маркетинговых исследований

опросы для самопроверки:

1. Причины появления маркетинговых исследований.
2. Что относится к этическим аспектам маркетинговых исследований.
3. Для чего необходимо проводить анализ сильных и слабых сторон предприятия в области технологии производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности?

Тема 4. Этика маркетинговых исследований

Эссе по одной из следующих тем

Рекомендуемые темы:

2. Навыки будущего: каких специалистов будут искать в ближайшие годы?
3. Из мыслителя – в практика: как правильно распорядиться идеей
4. О некоторых аспектах этичности маркетинга и маркетинговых исследований в области технологии производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности
5. Роль маркетинговых исследований в области технологии производства биотехнологической продукции для пищевой промышленности
6. Нужно ли учиться маркетинговым исследованием?

Тема 5. Отчет о маркетинговых исследованиях

требования к отчету. Структура отчета. Структура презентации.

Подготовка материала к составлению отчета по результатам маркетингового исследования.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося
материалы не размещаются

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
не предусмотрено

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Солосиченко Т. Ж. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2017. - 121 – Режим доступа: <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/17/p488707.pdf>
2. Изакова Н. Б. Маркетинговые исследования с применением пакета SPSS [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Екатеринбург: [б. и.], [2018?]. - 1 – Режим доступа: <http://meu.usue.ru/lessons/index.html>

3. Маркетинг на рынке органических продовольственных товаров. Учебное пособие. Ч. 1.: - Екатеринбург: [Ажур], 2016. - 306

4. Изакова Н. Б., Минина Т. Б. Аналитический маркетинг и управление продажами [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Екатеринбург: Издательство УрГЭУ, 2020. - 257 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/resource/limit/ump/21/p493743.pdf>

Дополнительная литература:

1. Карпова С. В., Бугакова Н. П. Информационные технологии в маркетинге [Электронный ресурс]: Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 367 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/489042>

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

IBM SPSS Statistics Base Edition Edition Campus Value Unit Term License Subscription and Support 12 Month. Договор № 162/223-ПО/2020 от 08.12.2020. Срок действия 28.02.2022.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии - без ограничения срока

Справочно-правовая система Консультант+. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.