|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  | Приложение к ОПОП по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование (высшее образование - магистратура), Направленность (профиль) программы «Государственно-общественное управление образованием», утв. приказом ректора ОмГА от 30.08.2021 №94. |
| Частное учреждение образовательная организация высшего образования«Омская гуманитарная академия» |
| Кафедра "Педагогики, психологии и социальной работы" |
|  |  |  |  |  |  |  | УТВЕРЖДАЮ |
|  |  |  |  |  |  |  | Ректор, д.фил.н., профессор |
|  |  |  |  |  |  |  |  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.Э. Еремеев |
|  |  |  |  |  |  |  | 30.08.2021 г. |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ |
|  |  |  | Социальный маркетинг в образованииК.М.03.01 |  |
| по программе магистратуры |
|  | Направление подготовки: 44.04.01 Педагогическое образование (высшее образование - магистратура)Направленность (профиль) программы: «Государственно-общественное управление образованием»Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. |
| Области профессиональной деятельности. 01.ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА. |
| *Профессиональные стандарты:* |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **01** | ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА |
| **01.001** | ПЕДАГОГ (ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ДОШКОЛЬНОГО, НАЧАЛЬНОГО ОБЩЕГО, ОСНОВНОГО ОБЩЕГО, СРЕДНЕГО ОБЩЕГО ОБРАЗОВАНИЯ) (ВОСПИТАТЕЛЬ, УЧИТЕЛЬ) |
|  |
| **01.003** | ПЕДАГОГ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ И ВЗРОСЛЫХ |
| **01.004** | ПЕДАГОГ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ, ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ |
|  |
| *Типы задач профессиональной деятельности:* | педагогический, научно-исследовательский, организационно-управленческий |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Для обучающихся:** |
| заочной формы обучения 2021 года наборана 2021-2022 учебный годОмск, 2021 |

|  |
| --- |
| Составитель:к.п.н., доцент Савина Н.В.Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры «Педагогики, психологии и социальной работы»Протокол от 30.08.2021 г. №1 |
| Зав. кафедрой, доцент, д.п.н. Лопанова Е.В. |

|  |
| --- |
| **СОДЕРЖАНИЕ** |
|  |
| 1 Наименование дисциплины2 Формируемые у обучающегося компетенции и запланированные результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций3 Указание места дисциплины в структуре образовательной программы4 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся5 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины9 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины10 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем11 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине12 Фонд оценочных средств (Приложения 1-5) |

|  |
| --- |
| ***Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с:*** |
| - Федеральным законом Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;- Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 22.02.2018 г. № 126 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование» (далее - ФГОС ВО, Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования);- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 (зарегистрирован Минюстом России 14.07.2017, регистрационный № 47415, (далее - Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования).Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с локальными нормативными актами ЧУОО ВО «Омская гуманитарная академия» (далее – Академия; ОмГА):- «Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам магистратуры», одобренным на заседании Ученого совета от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденным приказом ректора от 28.08.2017 №37;- «Положением о порядке разработки и утверждения образовательных программ», одобренным на заседании Ученого совета от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденным приказом ректора от 28.08.2017 №37;- «Положением о практической подготовке обучающихся», одобренным на заседании Ученого совета от 28.09.2020 (протокол заседания №2), Студенческого совета ОмГА от 28.09.2020 (протокол заседания №2);- «Положением об обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе, ускоренном обучении, студентов, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования - программы бакалавриата, магистратуры», одобренным на заседании Ученого совета от 28.08. 2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденным приказом ректора от 28.08.2017 №37;- «Положением о порядке разработки и утверждения адаптированных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, программам магистратуры для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов», одобренным на заседании Ученого совета от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденным приказом ректора от 28.08.2017 №37;- учебным планом по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - магистратура по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование направленность (профиль) программы: «Государственно-общественное управление образованием»; форма обучения – заочная на 2021/2022 учебный год, утвержденным приказом ректора от 30.08.2021 №94;Возможность внесения изменений и дополнений в разработанную Академией образовательную программу в части рабочей программы дисциплины «Социальный маркетинг в образовании» в течение 2021/2022 учебного года:при реализации образовательной организацией основной профессиональной образовательной программы высшего образования - магистратура по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование; заочная форма обучения в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации в сфере образования, Уставом Академии, локальными нормативными актами образовательной |

|  |
| --- |
| организации при согласовании со всеми участниками образовательного процесса. |
| **1. Наименование дисциплины: К.М.03.01 «Социальный маркетинг в образовании».****2. Формируемые у обучающегося компетенции и запланированные результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:** |
| В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 22.02.2018 г. № 126 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование» при разработке основной профессиональной образовательной программы (далее - ОПОП) магистратуры определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников соотнесенные с индикаторами достижения компетенций.Процесс изучения дисциплины «Социальный маркетинг в образовании» направлен на формирование у обучающегося компетенций и запланированных результатов обучения, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций: |
| **Код компетенции: ПК-1****Способен нести ответственность за собственную профессиональную компетентность по профилю осваиваемой образовательной программы** |
| **Индикаторы достижения компетенции:** |
| ПК-1.1 знать особенности профессиональной деятельности в образовании |
| ПК-1.2 знать требования к профессиональной компетентности в сфере образования |
| ПК-1.3 знать пути и средства изучения и развити профессиональной компетентности в сфере образования |
| ПК-1.4 уметь решать профессиональные задачи с учетом различных контекстов |
| ПК-1.5 уметь проектировать пути своего профессионального развития |
| ПК-1.6 владеть приемами анализа и оценки собственной профессиональной деятельности |
| ПК-1.7 владеть приемами анализа и оценки программ, механизмов и форм развития профессиональной компетентности на соответствующем уровне образования |
|  |
| **Код компетенции: ПК-2****Способен вести совместно с другими участниками исследовательскую деятельность в рамках выбранной проблематики** |
| **Индикаторы достижения компетенции:** |
| ПК-2.1 знать методологические основы исследовательской деятельности в образовании |
| ПК-2.3 уметь проектировать программы исследования в рамках выбранной проблематики |
| ПК-2.4 уметь отбирать методологические основания и используемые методы педагогического исследования, источники информации |
| ПК-2.5 владеть приемами организации работы проектной (исследовательской) команды для поиска и применения знаний в рамках выбранной проблематики с целью решения задач развития профессиональной деятельности |
|  |
| **3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы** |
| Дисциплина К.М.03.01 «Социальный маркетинг в образовании» относится к обязательной части, является дисциплиной Блока Б1. «Дисциплины (модули)». Модуль |

|  |
| --- |
| "Социальные аспекты управления современным образованием" основной профессиональной образовательной программы высшего образования - магистратура по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование. |
| Содержательно-логические связи | Кодыформи-руемыхкомпе-тенций |
| Наименование дисциплин, практик |
| на которые опирается содержание данной учебной дисциплины | для которых содержание данной учебной дисциплины является опорой |
|  |  | ПК-1, ПК-2 |
| **4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся** |
| Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часовИз них: |
| Контактная работа | 4 |
| *Лекций* | 4 |
| *Лабораторных работ* | 0 |
| *Практических занятий* | 0 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 87 |
| Контроль | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамены 1курсовые работы 1 |
| **5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий****5.1. Тематический план** |
|  |  |  |  |  |  |
| Наименование раздела дисциплины | Вид занятия | Курс | Часов |
| **понятие и сущность маркетинга в образовании** |  |  |  |
| Введение: понятие и сущность маркетинга в образовании | Лек | 1 | 2 |
| Маркетинговая среда образовательного учреждения | Лек | 1 | 0 |
|  | Лек | 1 | 0 |
| **Понятие маркетинговых исследований** |  |  |  |
| Маркетинговые исследования как инструмент формирования образовательной стратегии | Лек | 1 | 2 |
| Инструменты маркетинга в управлении развитием образовательного учреждения | Лек | 1 | 0 |
| Управление маркетинговой деятельностью в образовательном учреждении | Лек | 1 | 0 |
| Социальная компетентность и ответственность История развития социальной ответственности бизнеса | Лек | 1 | 0 |
|  | Лек | 1 | 0 |
| Маркетинговые исследования как инструмент формирования образовательной стратегии | СР | 1 | 2 |
|  | СР | 1 | 85 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг и продуктов. | Сем | 1 | 2 |
| Образовательная услуга как товар. | Сем | 1 | 0 |
| Формирование стратегии социального маркетинга | Сем | 1 | 0 |
| Маркетинговая деятельность менеджера образования. | Сем | 1 | 2 |
|  | Эк | 1 | 9 |
|  | КРП | 1 | 2 |
|  | Конс | 1 | 2 |
| Всего |  |  | 108 |
| \* Примечания:а) Для обучающихся по индивидуальному учебному плану - учебному плану, обеспечивающему освоение соответствующей образовательной программы на основе индивидуализации ее содержания с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося, в том числе при ускоренном обучении:При разработке образовательной программы высшего образования в части рабочей программы дисциплины согласно требованиям частей 3-5 статьи 13, статьи 30, пункта 3 части 1 статьи 34 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; пунктов 16, 38 Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 (зарегистрирован Минюстом России 14.07.2017, регистрационный № 47415), объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся образовательная организация устанавливает в соответствии с утвержденным индивидуальным учебным планом при освоении образовательной программы обучающимся, который имеет среднее профессиональное или высшее образование, и (или) обучается по образовательной программе высшего образования, и (или) имеет способности и (или) уровень развития, позволяющие освоить образовательную программу в более короткий срок по сравнению со сроком получения высшего образования по образовательной программе, установленным Академией в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ускоренное обучение такого обучающегося по индивидуальному учебному плану в порядке, установленном соответствующим локальным нормативным актом образовательной организации).б) Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов:При разработке адаптированной образовательной программы высшего образования, а для инвалидов - индивидуальной программы реабилитации инвалида в соответствии с требованиями статьи 79 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; раздела III Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 (зарегистрирован Минюстом России 14.07.2017, регистрационный № 47415), Федеральными и локальными нормативными актами, Уставом Академии образовательная организация устанавливает конкретное содержание рабочих программ дисциплин и условия организации и проведения конкретных видов учебных занятий, составляющих контактную работу обучающихся с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (инвалидов) (при наличии факта зачисления таких обучающихся с учетом конкретных нозологий).в) Для лиц, зачисленных для продолжения обучения в соответствии с частью 5 статьи 5 Федерального закона от 05.05.2014 № 84-ФЗ «Об особенностях правового регулирования отношений в сфере образования в связи с принятием в Российскую Федерацию Республики Крым и образованием в составе Российской Федерации новых субъектов - Республики Крым и города федерального значения Севастополя и о внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации»:При разработке образовательной программы высшего образования согласно требованиями частей 3-5 статьи 13, статьи 30, пункта 3 части 1 статьи 34 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273- ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; пункта 20 Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 (зарегистрирован Минюстом России 14.07.2017, регистрационный № 47415), объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся образовательная организация устанавливает в соответствии с утвержденным индивидуальным учебным планом при освоении образовательной программы обучающимися, зачисленными для продолжения обучения в соответствии с частью 5 статьи 5 Федерального закона от 05.05.2014 № 84-ФЗ «Об особенностях правового регулирования отношений в сфере образования в связи с принятием в Российскую Федерацию Республики |

|  |
| --- |
| Крым и образованием в составе Российской Федерации новых субъектов - Республики Крым и города федерального значения Севастополя и о внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации», в течение установленного срока освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования с учетом курса, на который они зачислены (указанный срок может быть увеличен не более чем на один год по решению Академии, принятому на основании заявления обуча-ющегося).г) Для лиц, осваивающих образовательную программу в форме самообразования (если образовательным стандартом допускается получение высшего образования по соответствующей образовательной программе в форме самообразования), а также лиц, обучавшихся по не имеющей государственной аккредитации образовательной программе:При разработке образовательной программы высшего образования согласно требованиям пункта 9 части 1 статьи 33, части 3 статьи 34 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; пункта 43 Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 (зарегистрирован Минюстом России 14.07.2017, регистрационный № 47415), объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся образовательная организация устанавливает в соответствии с утвержденным индивидуальным учебным планом при освоении образовательной программы обучающегося, зачисленного в качестве экстерна для прохождения промежуточной и(или) государственной итоговой аттестации в Академию по соответствующей имеющей государственную аккредитацию образовательной программе в порядке, установленном соответствующим локальным нормативным актом образовательной организации. |
| **5.2 Содержание дисциплины** |
| **Темы лекционных занятий** |
| **Введение: понятие и сущность маркетинга в образовании** |
| Предпосылки проникновения маркетинга в сферу образования. Подходы к определению понятий «маркетинг в образовании» и «маркетинг образовательных услуг и продуктов». Переход образовательных учреждений от «производственной ориентации» к маркетинговому управлению. Функции маркетинга в образовании. Концепции маркетинга. |
| **Маркетинговая среда образовательного учреждения** |
| Окружающая среда образовательного учреждения и ее составляющие. Потребители образовательных услуг и продуктов. Методы влияния ОУ на отраслевые факторы. Практикоориентированная задача: обсуждение контролируемых и неконтролируемых факторов маркетинговой среды на деятельность конкретных образовательных учреждений. |
|  |
|  |
| **Маркетинговые исследования как инструмент формирования образовательной стратегии** |
| Маркетинговые исследования на рынке образовательных услуг и продуктов. Специфика организации маркетинговых исследований в ОУ. Структура анализа маркетинговой ситуации для ОУ. Сегментирование на рынке образовательных услуг. Позиционирование ОУ на рынке образовательных услуг. |
| **Инструменты маркетинга в управлении развитием образовательного учреждения** |
| Технология разработки стратегии образовательного учреждения. Выбор стратегии образовательного учреждения. Инструменты продвижения образовательных услуг и продуктов |
| **Управление маркетинговой деятельностью в образовательном учреждении** |
| Управление маркетингом в образовании. Модель маркетинга в ОУ. Программа маркетинговой деятельности ОУ. Маркетинговые решения в образовательном учреждении. Маркетинговый подход к разработке Программы развития ОУ. |
| **Социальная компетентность и ответственность История развития социальной ответственности бизнеса** |
| Социальная ответственность бизнеса: мировой опыт и тенденции развития. Виды социальной ответственности. Принципы социальной ответственности. Роль |

|  |
| --- |
| международных организаций и институтов в регулировании норм социальной ответственности бизнеса. Финансовые выгоды социальной ответственности для компании. Корпоративные социальные программы и их направления. Инструменты реализации социальных программ и показатели их оценки. Социальные стандарты КСО и социальная отчетность. |
|  |
|  |
| **Темы семинарских занятий** |
|  |
| **Маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг и продуктов.** |
| 1. Структура маркетинговой среды.2. Влияние компонентов маркетинговой среды на конъюнктуру рынка образовательных услуг и продуктов.3. Сегментация рынка образовательных услуг и продуктов.Практикоориентированная задача: выбор вида маркетингового исследования для сбора информации и решения проблем конкретного образовательного учреждения. Обсуждение способов и форм обработки маркетинговой информации. |
| **Образовательная услуга как товар.** |
| 1. Ассортимент образовательных услуг и критерии их формирования.2. Маркетинговый инструментарий анализа ассортимента образовательных услуг.3. Предпосылки и условия повышения качества образовательных услуг.4. Взаимосвязь качества и обновления ассортимента и содержания образовательных услуг. |
| **Формирование стратегии социального маркетинга** |
| 1. Структура и содержание маркетинговой деятельности.2. Содержание стратегии ОУ.3. Формирование альтернатив развития ОУ.4. Механизм оценки, отбора и оптимизации альтернатив стратегии. |
| **Маркетинговая деятельность менеджера образования.** |
| Структура маркетинговой службы в ОУ.2. Деятельность специалиста по образовательному маркетингу.3. Маркетинговый подход к разработке Программы развития ОУ.Практикоориентированная задача: разработка модели организации социального маркетинга в образовательном учреждении; особенности разработки образовательной стратегии. |

|  |
| --- |
| **6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине** |
| 1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Социальный маркетинг в образовании» / Савина Н.В.. – Омск: Изд-во Омской гуманитарной академии, 2021.2. Положение о формах и процедуре проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и магистратуры, одобренное на заседании Ученого совета от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденное приказом ректора от 28.08.2017 №37.3. Положение о правилах оформления письменных работ и отчётов обучающихся, одобренное на заседании Ученого совета от 29.08.2016 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 29.08.2016 (протокол заседания № 1), утвержденное приказом ректора от 01.09.2016 № 43в.4. Положение об обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренном обучении, студентов, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования - программы бакалавриата, магистратуры, одобренное на заседании Ученого совета от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденное приказом ректора от 28.08.2017 №37. |
| **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины****Основная:** |
| 1. Управление маркетингом / Эриашвили Н. Д., Коротков А. В., Синяева И. М., Болдырева Т. В., Замедлина Е. А., Маслова В. М., Соскин Я. Г., Коротков А. В., Синяева И. М.. - Управление маркетингом - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 463 с. - ISBN: 5-238-00883-Х. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/71205.html>  |
| 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации / Синяева И. М., Маслова В. М., Романенкова О. Н., Синяев В. В., Синяева И. М.. - Интегрированные маркетинговые коммуникации - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 504 с. - ISBN: 978-5-238-02309-0. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>  |
| 3. Управление продуктом / Р. Леманн, С. Винер. - Управление продуктом - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 719 с. - ISBN: 978-5-238-01331-2. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81704.html>  |
|  | *Дополнительная:* |
| 1. Управление маркетинговыми коммуникациями / Катунина Н. В.. - Управление маркетинговыми коммуникациями - Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. - 98 с. - ISBN: 978-5-7779-1980-9. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/59666.html>  |
| 2. Основы маркетинга. Теория и практика / Пичурин И. И., Обухов О. В., Эриашвили Н. Д.. - Основы маркетинга. Теория и практика - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 383 с. - ISBN: 978-5-238-02090-7. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/71036.html>  |