|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  | 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 25.03.2024 №34.  . | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Частное учреждение образовательная организация высшего образования  «Омская гуманитарная академия» | | | | | | | | | |
| Кафедра "Педагогики, психологии и социальной работы" | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | УТВЕРЖДАЮ | |
|  |  |  |  |  |  |  |  | Ректор, д.фил.н., профессор  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.Э. Еремеев | |
|  |  |  |  |  |  |  |  | 25.03.2024 г. | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ | | | | | | | | | |
|  |  |  |  | Социальный маркетинг в образовании  К.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 | | | | | | |
|  | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Типы задач профессиональной деятельности:* | | | | | | | педагогический, научно-исследовательский, организационно-управленческий | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Для обучающихся:** | | | | | | | | |
|  |
|  | заочной формы обучения 2024 года набора  на 2024-2025 учебный год  Омск, 2024 | | | | | | | | |

|  |
| --- |
| Составитель:  к.п.н., доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /Савина Н.В./  Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры «Педагогики, психологии и социальной работы»  Протокол от 22 марта 2024 г. № 8 |
| Зав. кафедрой, доцент, к.п.н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /Котлярова Т.С./ |

|  |
| --- |
| **СОДЕРЖАНИЕ** |
|  |
| 1 Наименование дисциплины  2 Формируемые у обучающегося компетенции и запланированные результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций  3 Указание места дисциплины в структуре образовательной программы  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  5 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий  6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине  7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины  8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины  9 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины  10 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем  11 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине  12 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 2024-2025 учебный год, утвержденным приказом ректора от 25.03.2024 №34;  Возможность внесения изменений и дополнений в разработанную Академией образовательную программу в части рабочей программы дисциплины «Социальный маркетинг в образовании» в течение 2024-2025 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 | | | | | | Коды  форми-  руемых  компе-  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 часов  Из них: | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Контактная работа | | | | 4 | | |
| *Лекций* | | | | 4 | | |
| *Лабораторных работ* | | | | 0 | | |
| *Практических занятий* | | | | 0 | | |
| Самостоятельная работа обучающихся | | | | 89 | | |
| Контроль | | | | 9 | | |
| Формы промежуточной аттестации | | | | экзамены 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 Б1.Б.01 «Философия» 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»; Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 № 245, 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, Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 № 245, 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»; Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 № 245, 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 обучающегося).  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»; Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 № 245, 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, 2024.  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. 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> | |
| 2. 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> | |
| 3. 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> | |
|  | *Дополнительная:* |
| 1. 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> | |
|
| 2. 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> | |