

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВАСТОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

“УТВЕРЖДАЮ”

Заведующий кафедрой «Развитие
образовательных систем»

 /Т.А. Кокодей

“ 20 ” апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.10 Маркетинг в образовании

(цифр и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

44.04.01. Педагогическое образование

(код и наименование направления подготовки / специальности)

Управление развитием региональных систем образования

(наименование профиля / специализации)

Магистратура

(уровень высшего образования)

очная, заочная 2024 год набора

Севастополь
2024

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в образовании (на англ.яз)» для студентов направления подготовки 44.04.01. Педагогическое образование (профиль – «Менеджмент образовательной организации») разработана на кафедре «Педагогика и психология творческого развития» ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет» с учетом требований следующих нормативных правовых документов:

- Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование (уровень магистратуры), утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22.02.2018 г. № 126.

– Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 № 301.

Настоящая рабочая программа дисциплины разработана с учетом требований Положения о порядке разработки и утверждения основной образовательной программы № 02-08/411, принятого решением ученого совета Севастопольского государственного университета (протокол № 2 от 25.10.2018 г.) и утвержденного приказом ректора от 26.10.2018 г., иных локальных нормативных актов, действующих в Университете.

2. Впервые утверждена и введена с действие на заседании кафедры РОС от «20» апреля 2024 г., протокол № 8.

Переутверждена и введена в действие с изменениями на заседании кафедры
_____ от «__» _____ 20__ г., протокол № ____.

Переутверждена и введена в действие с изменениями на заседании кафедры
_____ от «__» _____ 20__ г., протокол № ____.

Переутверждена и введена в действие с изменениями на заседании кафедры
_____ от «__» _____ 20__ г., протокол № ____.

Разработчик(и) рабочей программы: профессор кафедры РОС Кокодей Т.А.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, ее объем и место в структуре образовательной программы	4
2. Содержание и структура дисциплины	6
3. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
4. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости	9
5. Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	13
7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	15
8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине	15
9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	15
Приложение А. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	16
Приложение Б. Справка о наличии в фонде библиотеки изданий учебной литературы, перечисленной в РПД	16

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ЕЕ ОБЪЕМ И МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Целью освоения дисциплины: совершенствование системного представления о концептуальных основах и технологиях маркетинговой деятельности в социальной сфере, развитие практических навыков по разработке маркетинговых программ, проведению маркетинговых исследований.

Задачи освоения дисциплины включают усвоение знаний, формирование умений и владение навыками, определяемыми при формировании компетенций: ПК-13; ПК-6.

Требования к результатам обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-6 Готов использовать индивидуальные креативные способности для самостоятельного решения исследовательских задач;	ИПК 6.1. Знает: принципы самостоятельного решения исследовательских задач
	ИПК 6.2. Умеет: использовать индивидуальные креативные способности для самостоятельного решения исследовательских задач
	ИПК 6.3. Владеет: методиками использования индивидуальных креативных способностей для самостоятельного решения исследовательских задач
ПК-13: Готов организовывать командную работу для решения задач развития организаций, осуществляющих образовательную деятельность, реализации экспериментальной работы	ИПК 13.1. Знает: командную работу для решения задач развития организаций
	ИПК 13.2. Умеет: организовывать командную работу для решения задач развития организаций
	ИПК 13.3. Владеет: навыками реализации экспериментальной работы

1.2. Место дисциплины в учебном плане: Блок 1, обязательная часть, дисциплина изучается во 2 семестре.

Пререквизиты дисциплины: Модели современных образовательных систем, Психология управления

Постреквизиты дисциплины: Стратегический менеджмент (на англ.яз), Менеджмент в образовании (на англ. яз)

1.3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов и видов учебной работы

Курс	Семестр	Общий объем, ЗЕ (ч)	Контактная работа, ч			Самостоятельная работа, ч	Реферат, РГЗ, контр. работа, коллоквиум	Курсовой проект (работа)	Зачет (семестр)	Экзамен (семестр)
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия					
Очная форма обучения										
1	2	2(72)	16	16	–	40	–	–	(2)	
Заочная форма обучения										
1	2	2(72)	4	4	–	60	–	–	4(2)	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Наименование темы	Семестр	Общее количество часов	Контактная работа			Самостоятельная работа, ч	Формы текущего контроля
			Лекции, ч	Практические занятия, ч	Лабораторные работы, ч		
Тема 1. Понятие и сущность маркетинга в образовании / The concept and essence of marketing in education	2	8	4	4			Опрос
Тема 2. Инструменты маркетинговой деятельности в образовании / Tools of marketing activity in education	2	8	4	4			Опрос
Тема 3. Маркетинговые исследования в образовательной организации / Marketing research in an educational organization	2	8	4	4			Опрос
Тема 4. Управление маркетинговой деятельностью в образовательной организации / Management of marketing activities in an educational organization	2	48	4	4		40	Опрос
Промежуточная аттестация по дисциплине (зачёт с оценкой)							
Всего:		72	16	16		40	

2.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Понятие и сущность маркетинга в образовании

Обоснование применения социального маркетинга в образовании. Специфика образовательных услуг. Функции, концепции маркетинга в образовании.

Тема 2. Инструменты маркетинговой деятельности в образовании

Понятие маркетинговой среды. Позиционирование образовательной организации. Продвижение образовательных услуг. Маркетинговые коммуникации, их составляющие (убеждение и информирование потребителей, цели, участники маркетингового процесса, типы маркетинговой коммуникационной деятельности). Современная парадигма маркетинговых коммуникаций в образовательной организации.

Тема 3. Маркетинговые исследования в образовательной организации

Цели, задачи, направления, типы маркетинговых исследований в образовательной организации. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации. Методы изучения потребителей и конкурентов в сфере образования. Инструментарий проведения маркетинговых исследований в образовательной организации.

Тема 4. Управление маркетинговой деятельностью в образовательной организации

Комплекс маркетинга в образовательной организации. Внутренний, внешний и двусторонний маркетинг. Особенности управления маркетинговой деятельностью в образовательной организации.

Topic 1. The concept and essence of marketing in education

Rationale for the use of social marketing in education. Specificity of educational services. Functions, concepts of marketing in education.

Topic 2. Marketing tools in education

The concept of the marketing environment. Positioning of the educational organization. Promotion of educational services. Marketing communications, their components (convincing and informing consumers, goals, participants in the marketing process, types of marketing communication activities). The modern paradigm of marketing communications in an educational organization.

Topic 3. Marketing research in an educational organization

Goals, objectives, directions, types of marketing research in an educational organization. Types, sources and methods of collecting marketing information. Methods for studying consumers and competitors in the field of education. Tools for conducting marketing research in an educational organization.

Topic 4. Management of marketing activities in an educational organization

Marketing complex in an educational organization. Internal, external and two-way marketing. Features of managing marketing activities in an educational organization.

2.3. Образовательные технологии, применяемые для реализации дисциплины

Интерактивные методы на практических занятиях

3. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Самостоятельная работа

Наименование работы, ее вид	Содержание/характеристика работы, планируемые результаты
Составление словаря терминов	Словарь
Реализация творческого проекта	Продукт творческого проекта

Самостоятельная работа студентов во время изучения дисциплины направлена на решение следующих задач:

- изучение и закрепление учебного материала по учебникам, учебным пособиям, справочным и энциклопедическим изданиям (форма контроля – индивидуальный и фронтальный опрос, составление глоссария);
- приобретение навыков поиска необходимой информации (форма контроля – устный доклад, аналитическое выступление);
- подготовка студентов к практической педагогической деятельности и приобретение умений и навыков ведения игр (форма контроля – презентация результатов выполненного индивидуального задания, эссе).

Изучение дисциплины предполагает выполнение следующих видов самостоятельной работы студентов:

Основная форма работы по курсу – практическая отработка теоретических вопросов на аудиторных занятиях во время контактной работы. Эта работа ведётся на базе полученных знаний с использованием рекомендованных источников.

Вопросы для самостоятельной работы необходимо проработать, используя рекомендованную литературу, после чего осуществить доклад / ответ (конспект) на вопрос.

3.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Наименование работы, ее вид	Перечень учебно-методического обеспечения СРС
Подготовка к практическим занятиям	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины представлены в **приложении А**.

4. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

Перечень вопросов и задач для видов контроля

Наименование вида контроля и темы	Примеры вопросов и задач
Входной контроль	Составление глоссария терминов
Текущий контроль	
Тема 1. Понятие и сущность маркетинга в образовании / The concept and essence of marketing in education	• Работа с источниками. Формулирование цели и задач маркетинга в образовании
Тема 2. Инструменты маркетинговой деятельности в образовании / Tools of	Описание инструментов продвижения образовательных услуг организации.

marketing activity in education	Анализ используемых в образовательной организации маркетинговых коммуникаций
Тема 3. Маркетинговые исследования в образовательной организации / Marketing research in an educational organization	Разработка программы маркетингового исследования
Тема 4. Управление маркетинговой деятельностью в образовательной организации / Management of marketing activities in an educational organization	Разработка плана маркетинговых мероприятий в образовательной организации

5. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Таблица соответствия параметров оценивания
результатам контроля знаний по разным шкалам

Сумма баллов по 100-балльной шкале	Оценка ECTS	Критерии оценивания	Уровень компетентности	Оценка по национальной шкале	
				для экзамена, КП (КР), практики	для зачета
90 – 100	A	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены правильно	Высокий (творческий)	отлично	зачтено
82-89	B	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены преимущественно правильно	Достаточный	хорошо	
74-81	C	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены большей частью правильно			
64-73	D	Теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические	Средний	удовлетворительно	

Сумма баллов по 100-балльной шкале	Оценка ECTS	Критерии оценивания	Уровень компетентности	Оценка по национальной шкале	
				для экзамена, КП (КР), практики	для зачета
		навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки			
60-63	E	Теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них низкое			
35-59	FX	Теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, либо качество их выполнения очень низкое; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Низкий	не удовлетворительно	не зачтено
1-34	F	Теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий			

1. **Вопросы к зачету** Основные функции, цели и задачи маркетинга в образовании.
2. Особенности образовательных услуг.
3. Комплекс маркетинга в образовании.
4. Позиционирование образовательной организации на рынке образовательных услуг.
5. Особенности маркетинговых коммуникаций в образовании.
6. Выбор инструментов маркетинговой деятельности в образовательной организации.

7. Алгоритм управления маркетинговой деятельностью в образовательной организации.

6. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование и полное библиографическое описание
Основная литература	
1.	Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489171 (дата обращения: 09.08.2022).
2.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490035 (дата обращения: 09.08.2022).
3.	Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489477 (дата обращения: 09.08.2022).
Дополнительная литература	
1	Мокий, М. С. Методология научных исследований : учебник для вузов / М. С. Мокий, А. Л. Никифоров, В. С. Мокий ; под редакцией М. С. Мокия. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 254 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13313-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489026 (дата обращения: 07.08.2022).
2	Пастухова, Л. С. Социально-проектная деятельность как открытое воспитательное пространство формирования гражданских качеств молодежи : монография / Л.С. Пастухова ; науч. ред. С.В. Иванова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 232 с. - ISBN 978-5-16-015067-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1078396 (дата обращения: 19.10.2020)

7. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Электронные образовательные ресурсы (ЭОР):
ЭОР «Управление образовательными проектами» do.sevsu.ru
<https://www.sites.google.com/site/upsevgu/home>

7.2. Электронно-библиотечные системы (ЭБС):
<https://www.biblio-online.ru/> **ЮРАЙТ** В электронной библиотеке представлены все книги издательства Юрайт. Некоторые издания и дополнительные материалы доступны только в электронной библиотеке.

<https://e.lanbook.com/> «Лань» Ресурс, включающий в себя как электронные версии книг ведущих издательств учебной и научной литературы (в том числе университетских издательств), так и электронные версии периодических изданий по различным областям знаний.

<http://znanium.com/> ЗНАНИУМ Ресурс электронных версий изданий, публикуемых Научно-издательским центром ИНФРА-М, коллекциями книг и журналов других российских издательств, а также произведениями отдельных авторов.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения.	Реквизиты подтверждающего документа
1. Пакет Desktop Education ALNG LicSAPk OLVS E 1Y AcademicEdition Enterprise – включает в себя операционную систему линейки Windows и офисный пакет семейства MSOffice 2. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор на продление неисключительных (пользовательских) прав (лицензий) № 297-17/ЭЗЦ-223 от 05.02.2018

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

Перечень аудиторий для организации самостоятельной работы

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Адрес (местоположение) специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	2	3
Аудитория для самостоятельной работы студентов	Учебный корпус по ул. Гагарина, 13 Гуманитарно-педагогического института	10 автоматизированных посадочных мест (Ноутбук Asus X553MA) Доступ в интернет. ОС: Windows 7 Pro 7-Zip; Adobe Acrobat Reader DC; Adobe Flash Player 31 ActiveX Adobe Flash Player 31 NPAPI Adobe Flash Player 31 PPAPI Google Chrome; Java 8 Update 181 Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows; K-Lite Codec Pack 14.1.0 Full Microsoft Office профессиональный плюс 2013; Mozilla Firefox 59.0.2 ; Mozilla Maintenance Service VLC media player; WinDjView 2.1 Yandex; Агент администрирования Kaspersky Security Center 10

Учебная аудитория	Учебный корпус по ул. Гагарина, 13 Гуманитарно-педагогического института	Переносной комплект мультимедийного оборудования: проектор, ноутбук
-------------------	--	---

Приложение А.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Проведение и оформление анализа внешней и внутренней среды образовательной организации.

Заполните таблицу:

Образовательная организация (ОО)	Конкуренты ОО	Среда прямого воздействия (микрофакторы)	Среда косвенного воздействия (макрофакторы)
Анализ потенциала	Анализ конкурентов	Анализ контроли- руемых факторов	Анализ неконтро- лируемых факторов
Анализ сильных и слабых сторон		Анализ возможностей и угроз	
Анализ перспектив развития (альтернативы и риски)			

Составление списка реальных и потенциальных потребителей образовательных услуг

Перечень образовательных услуг образовательной организации	Реальные потребители	Потенциальные потребители
--	----------------------	---------------------------

3. Разработка плана маркетингового исследования на основании выявленной проблемы.

План маркетингового исследования включает в себя:

1. Определение типа необходимой информации.
2. Выбор методов получения информации.
3. Формирование пакета материалов для исследования.
4. Определение выборки

При разработке заданий для самостоятельной работы использованы ресурсы:

<http://www.bibliotekar.ru/upravlenie-3/59.htm>

<http://ikrm.uspu.ru/>

<http://www.ovtr.ru/stati/plan-marketingovogo-issledovaniya>

Требования к созданию проекта

1. К презентации проекта допускаются магистранты, завершившие в полном объеме освоение программы.

2. Проект выполняется магистрантом самостоятельно, на основе содержания программы, рекомендованных источников и собственного педагогического опыта.

3. Проект предусматривает разработку Приложения к программе развития образовательной организации, отражающего ключевые мероприятия в области маркетинга, (разработка соответствующей стратегии развития ОО).

4. Проект содержит следующие разделы:

Позиционирование образовательной организации на рынке образовательных услуг	Краткое описание образовательных услуг и продуктов образовательной организации. Характеристика потребителей. Ресурсное обеспечение, конкурентные преимущества образовательной организации
Исследование запросов и поведения потребителей образовательных услуг	Реальный и потенциальный спрос на образовательные услуги. Направления, каналы, содержание, формы коммуникации с потребителями.
Анализ конкуренции на рынке образовательных услуг	Краткое описание конкурирующих организаций, предлагаемых ими образовательных услуг. Объем и уровень предлагаемых услуг.
Управленческое резюме	Выбор маркетинговой стратегии в соответствии с целями развития и анализом маркетинговой ситуации образовательной организации

5. Рекомендуемый общий объем проекта (включая приложения): не менее 5 страниц текста в текстовом редакторе Word, шрифт Times New Roman, размер шрифта - 14, межстрочный интервал - 1,5, абзацный отступ - 1,25 см, поля 2 см.

Приложение Б

Справка о наличии в фонде библиотеки изданий учебной литературы, перечисленной в РПД, по состоянию на 2022-2024 учебный год Маркетинг в образовании (на англ.яз)

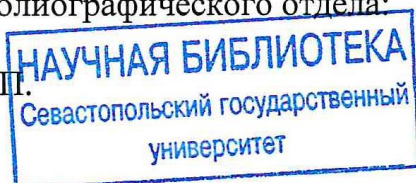
(наименование дисциплины)
44.04.01 Педагогическое образование
(код и наименование направления подготовки)
Менеджмент образовательной организации
(наименование профиля)
Разработчик РПД профессор кафедры ППТР, Кокодей Т.А.
(фамилия и инициалы, ученая степень, ученое звание, должность)

№	Наименование и полное библиографическое описание	Количество экземпляров в библиотеке
Основная литература		
1.	Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489171 (дата обращения: 09.08.2022).	<i>индивидуальный доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ</i>
2.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490035 (дата обращения: 09.08.2022).	<i>индивидуальный доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ</i>
3.	Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489477 (дата обращения: 09.08.2022).	<i>индивидуальный доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ</i>
Дополнительная литература		
<u>1</u>	Мокий, М. С. Методология научных исследований : учебник для вузов / М. С. Мокий, А. Л. Никифоров, В. С. Мокий ; под редакцией М. С. Мокия. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 254 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13313-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489026 (дата обращения: 07.08.2022).	<i>индивидуальный доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей, регистрация по IP-адресам СевГУ</i>
<u>2</u>	Пастухова, Л. С. Социально-проектная деятельность как открытое воспитательное пространство формирования гражданских качеств молодежи : монография / Л.С. Пастухова ; науч. ред. С.В. Иванова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 232	<i>индивидуальный доступ для неограниченного числа авторизованных пользователей,</i>

с. - ISBN 978-5-16-015067-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1078396 (дата обращения: 19.10.2022)	<i>регистрация по IP-адресам СевГУ</i>
---	--

Библиограф информационно-библиографического отдела:

М.П.



(подпись)

Л. В. Пряхина