

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 23.09.2024 14:29:38
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования

«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

«_____» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Маркетинг в отраслях и сферах деятельности
направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело
направленность (профиль): 43.03.03 Индустрия гостеприимства и
туризма
форма обучения: заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 23.04.2024 г. и требованиями ОПОП 43.03.03 Гостиничное дело Индустрия гостеприимства и туризма к результатам освоения дисциплины

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Маркетинга и муниципального управления
протокол №

Зав. кафедрой _____ Белоножка Марина Львовна

Рабочую программу разработал:

доцент , к.с.н. _____ Колтунов Анатолий Львович

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» является изучение и освоение обучающимися основных социальных характеристик и методов разработки и внедрения маркетинговой стратегии в системе различных направлений производства и подготовка их к практической деятельности в области управления персоналом.

Задачи курса состоят в формировании у обучающихся:

- основ теоретических знаний, умений применения теоретических знаний в практической деятельности менеджера, ориентации во всем многообразии специальной литературы об управлении персоналом и точек зрения, определяющих отношение к нему;
- в необходимости формирования кругозора будущих специалистов по управлению путем освоения возможно большего объема современных знаний в области коммуникации и ее специфической форме - рекламе, теоретических аспектов и практических приемов менеджмента.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к дисциплинам части учебного плана формируемого участниками образовательных отношений образовательной программы.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание: маркетинговых методов сбора информации.

Умение: использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты

Владение: поиском статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин:

Маркетинг

и служит основой для освоения дисциплин:

Бизнес-планирование в сфере гостеприимства

Анализ деятельности организаций сферы гостеприимства

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-6 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКС-6.1 Использует маркетинговые технологии	Знать: ПКС-6.1-31 современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности
ПКС-6 Способность применять основные технологии		Уметь: ПКС-6.1-У1 применять маркетинговые технологии при разработке

маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта		коммуникационного продукта
ПКС-6 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКС-6.2 Уточняет структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений	Знать: ПКС-6.2-32 организационные структуры организации
		Уметь: ПКС-6.2-У2 выявлять зоны ответственности, определять функции персонала организации
	ПКС-6.3 Использует современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты	Знать: ПКС-6.3-33 современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности
		Уметь: ПКС-6.3-У3 применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта
		Владеть: ПКС-6.3-В1 специализированными программными продуктами в профессиональной деятельности
ПКС-6.4 Проводит мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках	Уметь: ПКС-6.4-У4 проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности	

ПКС-6 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКС-6.4 Проводит мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках	Владеть: ПКС-6.4-В2 навыками организации мониторинга маркетинговой информации
	ПКС-6.5 Обобщает статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ	Знать: ПКС-6.5-З4 аналитику данных Уметь: ПКС-6.5-У5 обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта

4. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов.

Таблица 4.1

Курс	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час.	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
3	6	10		88	4	Зачёт, Контр.раб.

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

Структура дисциплины/модуля	Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Л.	Пр.	Лаб.				
1. Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения							
1.1 Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения	1	2		15	18	ПКС-6.1-31, ПКС-6.1-У1, ПКС-6.2-32, ПКС-6.2-У2	Дискуссия
Итого по разделу	1	2		15	18		
2. Маркетинг в агропромышленном комплексе							
2.1 Маркетинг в агропромышленном комплексе	1	1		15	17	ПКС-6.2-32, ПКС-6.2-У2, ПКС-6.3-33, ПКС-6.3-У3, ПКС-6.3-В1	Тестирование
Итого по разделу	1	1		15	17		
3. Маркетинг в сфере услуг							
3.1 Маркетинг в сфере услуг	1	2		15	18	ПКС-6.2-32, ПКС-6.2-У2, ПКС-6.3-33, ПКС-6.3-У3, ПКС-6.3-В1	Дискуссия
Итого по разделу	1	2		15	18		

4. Особенности маркетинга в сфере образования							
4.1 Особенности маркетинга в сфере образования	1	2		15	18	ПКС-6.2-32, ПКС-6.2-У2, ПКС-6.3-33, ПКС-6.3-У3, ПКС-6.3-В1	Тестирование
Итого по разделу	1	2		15	18		
5. Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов							
5.1 Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов	1	1		15	17	ПКС-6.3-33, ПКС-6.3-У3, ПКС-6.3-В1, ПКС-6.4-У4, ПКС-6.4-В2	Дискуссия
Итого по разделу	1	1		15	17		
6. Маркетинг консалтинговых услуг							
6.1 Маркетинг консалтинговых услуг	1	2		13	16	ПКС-6.5-34, ПКС-6.5-У5	Тестирование
Итого по разделу	1	2		13	16		
Зачет, Контрольная работа				4	4		Вопросы к зачёту
Итого по дисциплине	6	10		92	108		

5.2. Содержание дисциплины.

1. Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения

1.1 Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения

Предметы и средства труда. Средства производства. Рынок продукции производственно-технического назначения. Специфические особенности маркетинга продукции производственно-технического назначения. Принципы маркетинга продукции производственно-технического назначения. Типы инноваций продукции производственно-технического назначения: инновации с предсказуемым риском; перенос инноваций с предсказуемым риском; улучшающие инновации; перенос прорывных инноваций; прорывные инновации.

2. Маркетинг в агропромышленном комплексе

2.1 Маркетинг в агропромышленном комплексе

Агропромышленный комплекс: сельское хозяйство, сфера ресурсов, сфера сервиса, маркетинговая сфера. Структура агробизнеса в Российской Федерации. Особенности рынков в комплексе агробизнеса. Особенности сельскохозяйственного производства. Переплетение производственно-экономических процессов с природно-биологическими процессами. Естественная особенность с/хозяйства - его сезонность. Длительность производственного цикла. Неустойчивость по отношению к погодным условиям. Различия в плодородии земли. Маркетинговая деятельность в сельскохозяйственном производстве. Рынок продукции сельского хозяйства: маркетинговый аспект.

3. Маркетинг в сфере услуг

3.1 Маркетинг в сфере услуг

Понятие услуг, их отличия от товаров. Характеристики услуг: неосязаемость; неотделимость, неразрывность производства и потребления услуги; непостоянство качества; несохраняемость. Классификация услуг: сущность, проблемы, подходы, критерии. Особенности сферы услуг (непроизводственной сферы) в России. Классы услуг - основа сегментирования рынка услуг. Классификация услуг (Ловелок): на кого (на что) направлены услуги и осязаемы ли они.

4. Особенности маркетинга в сфере образования

4.1 Особенности маркетинга в сфере образования

Концепция маркетинга образовательных услуг и продуктов (ОУП): сущность, субъекты, объекты, проблемы, возможности маркетинга образовательных услуг. Основные тенденции на рынке образовательных услуг и продуктов в РФ. Коммерциализация в российском образовании. Антимаркетинговые стереотипы в сфере образования. Рынок образовательных услуг в России: анализ состояния и проблемы перехода к рынку. Маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг и продуктов. Макро- и микросреда субъектов рынка образовательных услуг и продуктов и их влияние на конъюнктуру российского рынка образования.

5. Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов

5.1 Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов

Отличительные черты товаров народных промыслов (ТНП): производятся из дешевых природных материалов; изготавливаются вручную; отсутствие стандартов и неповторимость этих предметов; художественную ценность предметов НП определяет "рука мастера", его фамилия; неразрывно связаны с историей народа; сохраняют и развивают народные традиции; выпускаются небольшими партиями; постоянно видоизменяются, приспосабливаясь к новым привычкам и вкусам покупателей. Классификация ТНП: по видам; по материалу, из которого изготовлено изделие; по способу изготовления; по территории развития промыслов. Понятие о рынке ТНП и его структуре. Рынок ТНП: потенциальный рынок, доступный, обслуживаемый, занятый, организованный, неорганизованный.

6. Маркетинг консалтинговых услуг

6.1 Маркетинг консалтинговых услуг

Основные характеристики консалтинговых услуг: неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, несохраняемость, необратимость. Преодоление неосвязаемости - развитие брэнда консалтинговой фирмы. Выработка имиджевой политики фирмы. Преодоление неотделимости от источника: усиление мотивации, развитие технологии консультирования; разделение процесса консультирования на простые этапы, допускающие участие менее квалифицированного персонала; формализация опыта и знаний консультантов путем создания баз знаний и экспертных систем. Преодоление непостоянства качества: создание системы контроля качества услуг; отслеживание удовлетворенности клиентов качеством услуг на промежуточных этапах. Преодоление несохраняемости: привлечение внештатных сотрудников в пиковое время; выполнения части работы персоналом клиента; передачи части работ на субподряд; установление дифференцированных цен в зависимости от сезона.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема лекционного занятия
1. Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения	1	Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения
2. Маркетинг в агропромышленном комплексе	1	Маркетинг в агропромышленном комплексе
3. Маркетинг в сфере услуг	1	Маркетинг в сфере услуг
4. Особенности маркетинга в сфере образования	1	Особенности маркетинга в сфере образования
5. Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов	1	Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов

6. Маркетинг консалтинговых услуг	1	Маркетинг консалтинговых услуг
Итого	6	

Практические занятия

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема практического занятия
1. Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения	2	Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения
2. Маркетинг в агропромышленном комплексе	1	Маркетинг в агропромышленном комплексе
3. Маркетинг в сфере услуг	2	Маркетинг в сфере услуг
4. Особенности маркетинга в сфере образования	2	Особенности маркетинга в сфере образования
5. Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов	1	Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов
6. Маркетинг консалтинговых услуг	2	Маркетинг консалтинговых услуг
Итого	10	

Самостоятельная работа студента

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема	Вид СРС
1. Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения	15	Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения	Подготовка к дискуссии
2. Маркетинг в агропромышленном комплексе	15	Маркетинг в агропромышленном комплексе	Подготовка к тестированию
3. Маркетинг в сфере услуг	15	Маркетинг в сфере услуг	Подготовка к дискуссии
4. Особенности маркетинга в сфере образования	15	Особенности маркетинга в сфере образования	Подготовка к тестированию
5. Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов	15	Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов	Подготовка к дискуссии
6. Маркетинг консалтинговых услуг	13	Маркетинг консалтинговых услуг	Подготовка к тестированию
Итого	88		

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ

не предусмотрено

7. Контрольные работы

1. Развитие маркетинга и специфика российского маркетинга.
2. Природа, сущность и особенности промышленного маркетинга.
3. Организация сбора и анализа маркетинговой информации на промышленном предприятии.
4. Мотивация промышленного покупателя.
5. Маркетинговые исследования на промышленном предприятии.
6. Основные характеристики рынков и особенности продуктов производственного назначения.
7. Жизненный цикл товара и маркетинговая деятельность.
8. Разработка политики товародвижения в маркетинговой деятельности.
9. Маркетинговые коммуникации на промышленном рынке.
10. Личные продажи как способ продвижения товара на рынок.
11. Специфика сегментации потребителей промышленного рынка.
12. Упаковка товара и ее роль в товарной политике фирмы.
13. Ценовая политика как элемент предпринимательского поведения.
14. Цели и методы ценообразования на новый товар.
15. Маркетинг услуг.
16. Особенности маркетинговой деятельности фирмы на рынке конкретной страны.
17. Банковский маркетинг: сущность концепции маркетинга; постановка задач, целей и определение возможностей банка.
18. Маркетинг в сфере нематериальных услуг: специфика, анализ внешней среды; конкуренты.

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся представлена ниже.

Номер курса 3

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	Дискуссия к разделу 1	20
2	Тестирование к разделу 2	10
3	Дискуссия к разделу 3	20
4	Тестирование к разделу 4	10
5	Дискуссия к разделу 5	20
6	Тестирование к разделу 6	20
	Итого:	100
	ВСЕГО:	100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

- 9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.
- 9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ www.urait.ru
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека (НЭБ).

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства

Microsoft Office Professional Plus

Microsoft Windows

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования, учебно-наглядных пособий
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель: столы, стулья. Моноблок - 1 шт., проектор - 1 шт., акустическая система (колонки) - 2 шт., проекционный экран - 1 шт., документ-камера - 1 шт. 625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д. 70
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель: столы, стулья. Моноблок - 1 шт., проектор - 1 шт., акустическая система (колонки) - 2 шт., проекционный экран - 1 шт., документ-камера - 1 шт. 625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д. 70

11. Методические указания по организации СРС

Изложены в МР

Самостоятельная работа: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) и форм обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 16 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

Код, направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль) Индустрия гостеприимства и туризма

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
ПКС-6	Знать: ПКС-6.1-31 современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности	Не знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности	Плохо знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности, допуская ряд ошибок	Знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности
ПКС-6	Уметь: ПКС-6.1-У1 применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта	Не умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта	Плохо умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта, допуская ряд ошибок	Умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта
ПКС-6	Знать: ПКС-6.2-32 организационные структуры организации	Не знает организационные структуры организации	Плохо знает организационные структуры организации, допуская ряд ошибок	Знает организационные структуры организации, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает организационные структуры организации
ПКС-6	Уметь: ПКС-6.2-У2 выявлять зоны ответственности, определять функции персонала организации	Не умеет выявлять зоны ответственности, определять функции персонала организации.	Плохо умеет выявлять зоны ответственности, определять функции персонала организации, допуская ряд ошибок	Умеет выявлять зоны ответственности, определять функции персонала организации, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет выявлять зоны ответственности, определять функции персонала организации.

ПКС-6	Знать: ПКС-6.3-33 современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности	Не знает современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности	Плохо знает современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности, допуская ряд ошибок	Знает современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности
ПКС-6	Уметь: ПКС-6.3-У3 применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта	Не умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта	Плохо умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта, допуская ряд ошибок	Умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта
ПКС-6	Владеть: ПКС-6.3-В1 специализированными программными продуктами в профессиональной деятельности	Не владеет поиском статистической и аналитической информации	Плохо владеет поиском статистической и аналитической информации, допуская ряд ошибок	Владеет поиском статистической и аналитической информации, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет поиском статистической и аналитической информации
ПКС-6	Уметь: ПКС-6.4-У4 проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности	Не умеет проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности	Плохо умеет проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности, допуская ряд ошибок	Умеет проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности
ПКС-6	Владеть: ПКС-6.4-В2 навыками организации мониторинга маркетинговой информации	Не владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации	Плохо владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации	Владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации	В совершенстве владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации

ПКС-6	Знать: ПКС-6.5-34 аналитику данных	Не знает аналитику данных	Плохо знает аналитику данных, допуская ряд ошибок	Знает аналитику данных, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает аналитику данных
ПКС-6	Уметь: ПКС-6.5-У5 обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта	Не умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта	Плохо умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта	Умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта	В совершенстве умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта

КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической
литературой

Дисциплина Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

Код, направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль) Индустрия гостеприимства и туризма

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Карпова С. В., Мхитарян С. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: Учебник и практикум для академического бакалавриата. - М: Издательство Юрайт, 2022. - 404 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/490035	ЭР*	30	100	+
2	Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510978	ЭР*	30	100	+
3	Шамис В. А., Левкин Г. Г. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник. - Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. - 174 – Режим доступа: https://www.iprbookshop.ru/124747.html	ЭР*	30	100	+
4	Абаев А. Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров. - Москва: Дашков и К, 2022. - 433 – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/277322	ЭР*	30	100	+

*ЭР – электронный ресурс для автор. пользователей доступен через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>

Лист согласования 00ДО-0000716556

Внутренний документ "Маркетинг в отраслях и сферах деятельности_2024_43.03.03_ИГТБ"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Белоножко Марина Львовна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна		Согласовано
	Специалист 1 категории		Радичко Диана Викторовна	Согласовано