

	<b>ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА</b>		Стр. 1 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-П-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	



Министерство науки и высшего образования Республики Казахстан

ВКТУ им.Д.Серикбаева

УТВЕРЖДАЮ:

Декан ШБиП:

Закимова А.М.

\_\_\_\_\_ 2022 г.

## **ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА**

Рабочая учебная программа (силлабус)

Образовательная программа: 6В04107 Social медиа маркетинг, 6В04108 Экономика и менеджмент

Код дисциплины: ОМ1204 (6В04107), ОМ1222 (6В04108)

Количество кредитов: 3 (6В04107), 5 (6В04108)

Цикл: БД

Компонент: ВК

Усть-Каменогорск, 2022

	<b>ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА</b>		Стр. 2 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-II-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Рабочая учебная программа (силлабус) разработана на «ШБиП» на основании Государственных общеобязательных стандартов высшего и послевузовского образования (Приказ Министра науки и высшего образования РК №2 от 20.07.2022 г.), Правил организации учебного процесса по кредитной технологии обучения (Приказ Министра образования и науки РК от №152 от 20.04.2011 г.), Образовательной программы, Рабочего учебного плана, Каталога элективных дисциплин.

Одобрено Комиссией по обеспечению качества

Председатель

Дата 29.08.2022 г. протокол №1

Жанабаева А.С.

Руководитель образовательной программы

Байтикенова Г.А.  
6B04107, 6B04108

Разработал

Гранецкий В.Н.  
Ассоциированный профессор  
Хван В.С.  
Преподаватель

	<b>ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА</b>		Стр. 3 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-П-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

## 1 ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

### 1.1 Краткое описание дисциплины

Дисциплина должна формировать у обучающихся представление о системе маркетинга в целом, в том числе: порядке работы на рынке; разведка рынка; анализ окружающей среды, сегментация и позиционирование товаров, стратегическое планирование, удовлетворение запросов потребителей, методы работы на рынке и план маркетинга.

### 1.2 Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

освоение современных концепций маркетинга, основ управления маркетинговой деятельностью в инновационной сфере, приобретение навыков принятия типичных маркетинговых управленческих решений.

Задачи изучения дисциплины:

- проведения маркетинговых исследований для разработки маркетинговых стратегий с учетом конкурентного окружения в целях развития инновационной деятельности путем проведения эффективной маркетинговой политики.

### 1.3 Результаты обучения

Результаты обучения определяются на основе Дублинских дескрипторов соответствующего уровня образования и выражаются через компетенции.

Формируемые ключевые компетенции	Результаты обучения (единицы ключевых компетенций)	
	образовательной программы	дисциплины
	PO7 - Владеть понятиями и категориями в области экономики, менеджмента, маркетинга, понимать рыночные процессы и взаимосвязи. (6B04107)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знать общие принципы и особенности маркетинга в инновационной сфере</li> <li>- уметь выполнить анализ потенциала рынка, организовать продвижении новых товаров</li> <li>- понимать роли и значения информации в процессе управления маркетингом инноваций</li> </ul>
	PO12 - Организовывать и управлять производством и сбытом продукции, обосновывать и внедрять на предприятии систему качества продукции (услуг) (6B04108)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций в сфере маркетинга инноваций</li> <li>- владеть методами анализа привлекательности и экономической эффективности инновационных и традиционных рынков</li> </ul>

	<b>ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА</b>		Стр. 4 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-П-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Формируемые ключевые компетенции	Результаты обучения (единицы ключевых компетенций)	
	образовательной программы	дисциплины
качества продукции (услуг) (6В04108)		

## **1.4 Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины**

### **1.4.1 Основные образовательные технологии**

При проведении учебных занятий предусматривается использование следующих образовательных технологий:

- При проведении учебных занятий предусматривается использование следующих образовательных технологий: - интерактивная лекция (применение следующих активных форм обучения: ведомая (управляемая) дискуссия или беседа; модерация; демонстрация слайдов или учебных фильмов; мозговой штурм; мотивационная речь); - построение сценариев развития различных ситуаций на рынке; - решение учебных задач.

### **1.4.2 Адаптивные образовательные технологии (инклюзивное обучение)**

Для успешного освоения дисциплины при обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья могут применяться следующие адаптивные образовательные технологии:

- Для успешного освоения дисциплины при обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья могут применяться следующие адаптивные образовательные технологии: - дистанционные образовательные; - лично-ориентированные (например, использование экранной клавиатуры и альтернативных устройств ввода информации для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата; оборудование учебной аудитории, в которой обучаются студенты с нарушением слуха компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской); - предметно-ориентированные (процесс целеобразования, т.е. цели формируются через их результаты, выраженные в действиях обучающихся); - проведение дополнительных индивидуальных консультаций и занятий с обучающимися, организованные для оказания помощи в освоении учебного материала.

### **1.4.3 Инновационные образовательные технологии**

При проведении учебных занятий предусматривается использование следующих инновационных образовательных технологий:

## **1.5 Пререквизиты**

- / География. Школьный курс (6В04108)
- Психология / Психология (6В04107)

## **1.6 Постреквизиты**

- Брендменеджмент (6В04107)
- Введение в инженерное образование (6В04107)

	<b>ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА</b>		Стр. 5 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-II-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

- Веб дизайн, юзабилити и его продвижение (6В04107)
- Веб журналистика: сторителлинг, лонгрид (6В04107)
- Дата журналистика (6В04107)
- Дизайн и оформление изданий (6В04107)
- Дикторское искусство (6В04107)
- Имиджмейкерство (6В04107)
- Коммуникации в организации (6В04107)
- Контент-маркетинг (6В04107)
- Копирайтинг и журналистика (6В04107)
- Маркетинговые исследования (6В04107)
- Навыки создания аналитических материалов (6В04107)
- Основы видеомонтажа (6В04107)
- Основы видеосъемки (6В04107)
- Основы звукозаписи и цифровая обработка аудио информации (6В04107)
- Основы медиапланирования (6В04107)
- Основы менеджмента (6В04107)
- Основы риторики и делового общения (6В04107)
- Паблик рилейшинз (6В04107)
- Поисковая оптимизация и маркетинг (6В04107)
- Поисковый маркетинг (6В04107)
- Правовые основы журналистики и медиаэтика (6В04107)
- Предпринимательская журналистика (6В04107)
- Психология в маркетинге (6В04107)
- Разработка электронных медиапродуктов и реклама (6В04107)
- Сетевые сообщества и блоггинг (6В04107)
- Современные технологии PR (6В04107)
- Современный медиарынок (6В04107)
- Создание и продвижение рекламы в интернет-пространстве (6В04107)
- Социальные коммуникации в сфере массовой информации (6В04107)
- Средства массовой коммуникации (6В04107)
- Управление интернет-сообществами (6В04107)
- Управление поведением потребителей на рынке (6В04107)
- Управление репутацией и СЕО (6В04107)
- Управление цифровыми проектами (6В04107)
- Фото в мультимедиа (6В04107)
- Цифровая фотография (6В04107)
- Цифровой маркетинг (6В04108)
- Цифровой маркетинг и реклама (6В04107)
- Цифровые интегрированные маркетинговые коммуникации (6В04107)

### 1.7 Трудоемкость дисциплины

Виды работ	часы
<i>6В04107</i>	
Лекции	15
Практические работы	15
СРОП	15
СРО	45

	<b>ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА</b>		Стр. 6 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-II-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Виды работ	часы
Форма проведения итогового контроля	экзамен
<i>6B04108</i>	
Лекции	15
Практические работы	30
СРОП	30
СРО	75
Форма проведения итогового контроля	экзамен

## 2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1 Тематический план

№	Наименование темы и ее содержание	Трудоемкость в часах	Ссылка на литературу
<b>Лекционные занятия</b>			
1	<b>Тема 1. Экономические предпосылки возникновения и развития маркетинга.</b>	1	1,3,5
2	<b>Тема 2. Маркетинговые исследования и система маркетинговой информации</b> нятие системы маркетинговой информации, ее роль и необходимость. Понятие, цели, объекты и методы маркетинговых исследований.	1	1,3,5
3	<b>Тема 3. Маркетинговая среда</b> Понятие маркетинговой среды. Составные части маркетинговой среды: микросреда, макросреда	1	1,3,5
4	<b>Тема 4. Поведение потребителей на рынке</b> Понятия «потребность», «потребитель», «покупатель», «покупательский рынок». Личные потребности потребителей: абсолютные и относительные потребности.	1	2,3,5
5	<b>Тема 5. Сегментирования рынка и позиционирование товара</b>	1	3,4,5
6	<b>Тема 6. Товар в системе маркетинга</b> Понятие товара. Конкретный продукт, расширенный продукт, обобщенный продукт. Классификация товаров и услуг.	1	3,4,5
7	<b>Тема 7. Товарная политика маркетинга</b> Товарные стратегии. Разработка нового продукта.	1	3,4,5
8	<b>Тема 8. Ценовая политика маркетинга</b> Понятие цены и роль в системе маркетинга.	1	3,4,5
9	<b>Тема 9. Сбытовая политика в маркетинге</b> Определение канала распределения, его значение и функции. Уровни каналов распределения и их структура.	1	3,4,5
10	<b>Тема 10. Коммуникативная политика в маркетинге</b> Понятие системы коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций.	1	1,2,5
11	<b>Тема 11. Реклама в системе маркетинга</b> Роль и значение рекламы в системе маркетинга.	1	1,2,5

	<b>ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА</b>		Стр. 7 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-П-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

№	Наименование темы и ее содержание	Трудоемкость в часах	Ссылка на литературу
	Виды рекламы.		
12	<b>Тема 12. 12 Планирование в системе маркетинга Общие концепции планирования маркетинга.</b> Виды и типы маркетинговых планов.	1	3,4,5
13	<b>Тема 13. 13 Стратегическое планирование Стратегическое планирование: понятие, роль и этапы.</b> Программа фирмы.	1	1,2,3,4,5
14	<b>Тема 14. Международный маркетинг.</b> Содержание понятия «международный маркетинг». Роль и значение международного маркетинга.	1	1,2,3
15	<b>Тема 15. Маркетинг услуг и некоммерческой деятельности Услуги в современной экономике.</b> Факторы, влияющие на развитие рынка услуг	1	2,3
<b>ИТОГО</b>		<b>15</b>	
<b>Практические занятия</b>			
1	<b>Тема 1. Основные понятия маркетинга</b>	2	1,3,5
2	<b>Тема 2. Изучение и выбор целевых рынков компании</b>	2	1,3,5
3	<b>Тема 3. Сегментация рынка и позиционирование товаров на нем.</b>	2	1,3,5
4	<b>Тема 4. Разработка, тестирование и запуск новых продуктов и услуг компании</b>	2	2,3,5
5	<b>Тема 5. Жизненный цикл основного продукта компании и ее стратегия</b>	2	3,4,5
6	<b>Тема 6. Маркетинговые стратегии компании (Лидера, Претендента на лидерство, Последователя и Обитателя рыночной ниши)</b>	2	3,4,5
7	<b>Тема 7. Стратегия выхода на международный рынок / Стратегия внедрения на казахстанский рынок</b>	2	3,4,5
8	<b>Тема 8. Товарная политика компании</b>	2	3,4,5
9	<b>Тема 9. Ценовая политика компании</b>	2	3,4,5
10	<b>Тема 10. Стратегии коммуникаций компании</b>	2	1,2,5
11	<b>Тема 11. Стратегии рекламы компании</b>	2	1,2,5
12	<b>Тема 12. Прямой маркетинг компании</b>	2	3,4,5
13	<b>Тема 13. Связи с общественностью</b>	2	1,2,3,4,5
14	<b>Тема 14. Продвижение и рекламная кампания</b>	2	1,2,3
15	<b>Тема 15. Некоммерческий маркетинг</b>	2	2,3
<b>ИТОГО</b>		<b>30</b>	

	<b>ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА</b>		Стр. 8 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-II-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

## 2.2 Задания для самостоятельной работы обучающегося (СРО)

Тема	Содержание задания	Форма контроля	Срок сдачи, неделя	Трудоемкость в часах	Ссылка на литературу
1. Экономические предпосылки возникновения и развития маркетинга.	Основные понятия и определения	опрос	1	5	1,3,5
2. Маркетинговые исследования и система маркетинговой информации	разработка анкеты	опрос	2	5	1,3,5
3. Окружающая среда фирмы	проведение опросов	Дискуссия	3	5	1,3,5
4. Сегментация рынка и позиционирование товаров на нем.	Систиматизация анкеты	Разбор анкет	4	5	3,4,5
5. Разработка, тестирование и запуск новых продуктов и услуг компании	Анализ опроса	опрос	5	5	3,4,5
6. Маркетинговые стратегии компании	Сегментация потребителей на основе анкетирования	Построение круговых диаграмм	6	5	3,4,5
7. Товарная политика маркетинга Товарные стратегии	Разработка презентации	Защита презентации	7	5	3,4,5
8. Ценовая политика маркетинга Понятие цены и роль в системе маркетинга.	Решение задач	представление задач	8	5	3,4,5
9. Сбытовая политика в маркетинге	Решение задач	Опрос	9	5	1,2,5
10. План маркетинга	Разработать презентацию	Опрос	10	5	1,2,5
11. Коммуникационная политика	Разработать логическую схему	Опрос	11	5	1,2,5
12. Планирование в системе маркетинга	Разработка производственной программы	Отчет	12	5	3,4,5

	<b>ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА</b>		Стр. 9 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-П-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Тема	Содержание задания	Форма контроля	Срок сдачи, неделя	Трудоемкость в часах	Ссылка на литературу
13 Стратегическое планирование Стратегическое планирование:	разработка SWOT - анализа	выбор стратегии	13	5	1,2,3,4,5
14 Международный маркетинг.	разработка SWOT - анализа международной компании	выбор стратегии	14	5	1,2,3
15 Маркетинг услуг и некоммерческой деятельности	Поведение итогов	рейтинг	15	5	2,3
<b>ИТОГО</b>				<b>75</b>	

### 2.3 График сдачи заданий по дисциплине

Вид задания	Академический период обучения, неделя							
	1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Білімі /Знание</b>								
Конспект лекций 1		+						
Разбор ситуаций и решение задач 1			+				+	
Рубежный контроль 1				+				
Конспект лекций 2						+		
Рубежный контроль 2								+
<b>Түсіну / Понимание</b>								
Эссе	+							
Конспект лекций 1		+						
Разбор ситуаций и решение задач 1			+				+	
Реферат					+			
Конспект лекций 2						+		
<b>Пайдалану / Применение</b>								
Разбор ситуаций и решение задач 1			+				+	
Рубежный контроль 1				+				
Реферат					+			
Рубежный контроль 2								+
<b>Талдау / Анализ</b>								
Разбор ситуаций и решение задач 1			+				+	

	<b>ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА</b>		Стр. 10 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-П-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Вид задания	Академический период обучения, неделя							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Рубежный контроль 1				+				
Рубежный контроль 2								+

### 3 ОЦЕНКА ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Преподаватель проводит все виды текущего контроля и выводит соответствующую оценку текущей успеваемости обучающихся два раза в академический период (семестр, триместр, квартал). По результатам текущего контроля формируется рейтинг 1 и 2. При этом учебные достижения обучающегося оцениваются путем накопления баллов по отдельным видам заданий от 0 до 100. Оценка работы обучающегося в академическом периоде осуществляется преподавателем в соответствии с графиком сдачи заданий по дисциплине. Система контроля может сочетать письменные и устные, групповые и индивидуальные формы.

Период	Вид задания	Количество баллов (max)	Итого
1-й рубежный контроль	Эссе	10	0-100
	Конспект лекций 1	20	
	Разбор ситуаций и решение задач 1	40	
	Рубежный контроль 1	30	
2-й рубежный контроль	Реферат	10	0-100
	Конспект лекций 2	20	
	Разбор ситуаций и решение задач 1	40	
	Рубежный контроль 2	30	
Итоговый контроль	экзамен		0-100

Итоговая оценка знаний обучающегося по дисциплине осуществляется по 100 балльной системе и включает:

- 40% результата, полученного на экзамене;
- 60% результатов текущей успеваемости.

Формула подсчета итоговой оценки:

$$I = 0,6 \frac{P_1 + P_2}{2} + 0,4Э \quad (1)$$

где, P<sub>1</sub>, P<sub>2</sub> – цифровые эквиваленты оценок первого, второго рейтингов соответственно; Э – цифровой эквивалент оценки на экзамене.

Итоговая буквенная оценка и ее цифровой эквивалент в баллах:

	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 11 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-II-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

**Балльно-рейтинговая буквенная система оценки учета учебных достижений, обучающихся с переводом их в традиционную шкалу оценок и ECTS (иситиэс)**

Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент	Баллы (%-ное содержание)	Оценка по традиционной системе	Критерий
A	4.0	95-100	Отлично	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.
A-	3.67	90-94		
B+	3.33	85-89	Хорошо	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
B	3.0	80-84		
B-	2.67	75-79		
C+	2.33	70-74		
C	2.0	65-69	Удовлетворительно	Теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки
C-	1.67	60-64		
D+	1.33	55-59		
D	1.0	50-54		
FX	0.5	25-49	Неудовлетворительно	Теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат
F	0	0-24		

	<b>ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА</b>		Стр. 12 из 12
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-П-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент	Баллы (%-ное содержание)	Оценка по традиционной системе	Критерий
				грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий.

#### **4 ПОЛИТИКА ДИСЦИПЛИНЫ**

Обучающийся обязан:

Политика дисциплины определяется системой требований, которые преподаватель предъявляет к обучающимся при изучении дисциплины и может отражать следующие административные требования: 1) строго соблюдать правила академической честности: нет места плагиату, списываниям и иным формам обмана; 2) не опаздывать на занятия; 3) не пропускать занятия, в случае отсутствия по болезни, предоставить справку; 4) на занятия приходиться в деловой одежде; 5) активно участвовать в учебном процессе;

#### **5 СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

##### **5.1 Основная литература**

1. Гранецкий В.Н., Рахимбердинова М.У. Маркетинг - УК-ВКГТУ .
2. Верстакова Ю.В, Симоненко Е.С. Управление маркетингом. Теория и практика\_Уч. Пособие, 2008 -432с
3. Котлерт Ф. Маркетинг менеджмент – СПб.: Питер, 2011. – 304 с.
4. П. Моррис Маркетинг по джунглям бизнеса - М.: Из-во Махаон, 2012 - 104с.
5. Голубков Е.П. Основы маркетинга. Учебник - М.:МИЗдательство "Финпресс" 1999 - 656с.

##### **5.2 Дополнительная литература**

1. Мочадо Р. Маркетинг для малых предприятий. – СПб: Питер Паблишинг, 2005. – 288с.
2. Панкрухин А.Л. Маркетинг. – М.: Издательство «Омега-Л», 2017. - 656с.
3. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг: Настольная книга по исследованию рынка: Учебное пособие / Под ред. В.Е.Хруцкого. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2014.
4. Эванс Дж.Р., Берман Б. Маркетинг. - М.: Экономика, 2010. – 336с.