

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»
Институт цифровой экономики, управления и сервиса

Кафедра технологий управления

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИЦЭУС


В.А.Трифонов
« 16 » _____ 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
учебной дисциплины (модуля)

УПРАВЛЕНИЕ ПОВЕДЕНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЯ

по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент
направленность (профиль) Цифровой маркетинг

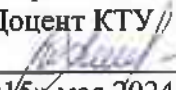
СОГЛАСОВАНО

Начальник отдела обеспечения
деятельности ИЦЭУС

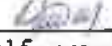

Н.Ю. Омарова
« 15 » _____ 2024 г.

Разработал

Доцент КТУ


И.С. Алексина
«15» мая 2024 г.

Принято на заседании кафедры
Протокол №5 от «15» мая 2024г.

Заведующий кафедрой

М.М. Омаров
«15» мая 2024 г.

1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины (модуля)

Цель освоения учебной дисциплины (модуля): формирование у студентов целостного понимания принципов управления маркетингом и практических навыков создания эффективной системы планирования, организации и контроля маркетинговой деятельности предприятия.

Задачи:

сформировать знания и практические навыки по управлению маркетинговой деятельностью организации с учетом обеспечения взаимодействия служб предприятия для устойчивого функционирования и эффективной деятельности на рынке с учетом потребностей потребителей, отраслевой специфики и внутреннего потенциала предприятия.

2 Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Учебная дисциплина (модуль) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана основной профессиональной образовательной программы направления подготовки 38.04.02 Менеджмент и направленности (профиля) Цифровой маркетинг (далее – ОПОП).

В качестве входных требований выступают сформированные ранее компетенции обучающихся, приобретенные ими в рамках следующих дисциплин (модулей): Теория и методология научных исследований в маркетинге, Маркетинговый анализ рынка, Управление маркетинговой деятельностью.

Освоение учебной дисциплины (модуля) является компетентностным ресурсом для дальнейшего изучения следующих дисциплин (модулей, практик): практика производственная, ВКР.

3 Требования к результатам освоения учебной дисциплины (модуля)

Перечень компетенций, которые формируются в процессе освоения учебной дисциплины (модуля):

Профессиональные компетенции

ПК-4 Умение использовать оптимальные инструменты цифрового маркетинга для решения конкретных бизнес-задач

Результаты освоения учебной дисциплины:

Код и наименование компетенции	Результаты освоения учебной дисциплины (индикаторы достижения компетенций)		
	Знать	Уметь	Владеть
ПК-4 Умение использовать оптимальные инструменты цифрового маркетинга для решения конкретных бизнес-задач	ПК-4.1 Знать основные инструменты цифрового маркетинга	ПК-4.2 Уметь использовать оптимальные инструменты цифрового маркетинга для решения конкретных бизнес-задач	ПК-4.3 Владеть инструментами цифрового маркетинга для решения конкретных бизнес-задач

4 Структура и содержание учебной дисциплины (модуля)

4.1 Трудоемкость учебной дисциплины (модуля)

4.1.1 Трудоемкость учебной дисциплины (модуля) для очной формы обучения:

Части учебной дисциплины (модуля)	Всего	Распределение по семестрам
		3 семестр
1.Трудоемкость учебной дисциплины (модуля) в зачетных единицах (ЗЕТ)	6	6
2. Контактная аудиторная работа в академических часах (АЧ)	45	45
3. Внеаудиторная СРС в академических часах (АЧ)	135	135
4. Промежуточная аттестация (экзамен) (АЧ)	36	36

4.1.2 Трудоемкость учебной дисциплины (модуля) для заочной формы обучения:

Части учебной дисциплины (модуля)	Всего	Распределение по семестрам
		3 семестр
1.Трудоемкость учебной дисциплины (модуля) в зачетных единицах (ЗЕТ)	6	6
2. Контактная аудиторная работа в академических часах (АЧ)	20	20
3. Внеаудиторная СРС в академических часах (АЧ)	160	160
4. Промежуточная аттестация (экзамен) (АЧ)	36	36

4.2 Содержание учебной дисциплины (модуля)

Тема 1. Цели, задачи, подходы к консультированию организации

Тема 2. Субъекты и объекты консультирования. Виды и формы консультирования.

Тема 3. Области управленческого консультирования. Рынок управленческого консультирования.

Тема 4. Процесс организационного консультирования.

Тема 5. Процесс маркетингового консультирования.

Тема 6. Практика маркетингового консультирования на предприятии.

4.3 Трудоемкость разделов учебной дисциплины (модуля) и контактной работы для очной формы обучения

№	Наименование разделов (тем) учебной дисциплины (модуля), УЭМ, наличие КП/КР	Контактная работа (в АЧ)				Внеауд. СРС (в АЧ)	Формы текущего контроля
		Аудиторная			В т.ч. СРС		
		ЛЕК	ПЗ	ЛР			
1	Цели, задачи, подходы к консультированию организации	3	4		1	22	Собеседование Доклад Контрольный опрос

2	Субъекты и объекты консультирования. Виды и формы консультирования.	3	4		1	23	Собеседование Доклад Контрольный опрос
3	Области управленческого консультирования. Рынок управленческого консультирования.	3	4		2	23	Собеседование Доклад Контрольный опрос
4	Процесс организационного консультирования	3	4		2	23	Собеседование Доклад Контрольный опрос
5	Процесс маркетингового консультирования	3	5		1	22	Собеседование Доклад Контрольный опрос
6	Практика маркетингового консультирования на предприятии	3	6		2	22	Собеседование Доклад Контрольный опрос
	Промежуточная аттестация	36					Экзамен
	ИТОГО	18	27	-	9	135	

4.4 Трудоемкость разделов учебной дисциплины (модуля) и контактной работы для заочной формы обучения

№	Наименование разделов (тем) учебной дисциплины (модуля), УЭМ, наличие КП/КР	Контактная работа (в АЧ)				Внеауд. СРС (в АЧ)	Формы текущего контроля
		Аудиторная			В т.ч. СРС		
		ЛЕК	ПЗ	ЛР			
1	Цели, задачи, подходы к консультированию организации	1	2			26	Собеседование Доклад Контрольный опрос
2	Субъекты и объекты консультирования. Виды и формы консультирования.	1	3			27	Собеседование Доклад Контрольный опрос
3	Области управленческого консультирования. Рынок управленческого консультирования.	1	3			27	Собеседование Доклад Контрольный опрос
4	Процесс организационного консультирования	1	2			27	Собеседование Доклад

							Контрольный опрос
5	Процесс маркетингового консультирования	1	2			27	Собеседование Доклад Контрольный опрос
6	Практика маркетингового консультирования на предприятии	1	2			26	Собеседование Доклад Контрольный опрос
	Промежуточная аттестация	36					Экзамен
	ИТОГО	6	14	-	-	160	

4.5 Лабораторные работы и курсовые работы/курсовые проекты

Лабораторные работы и курсовые работы/курсовые проекты не предусмотрены учебным планом.

5 Методические рекомендации по организации освоения учебной дисциплины (модуля)

№	Темы лекционных занятий (форма проведения)	Трудоемкость в АЧ (очная / заочная форма обучения)
1.	Цели, задачи, подходы к консультированию организации (информационная лекция)	3/1
2.	Субъекты и объекты консультирования. Виды и формы консультирования. (информационная лекция)	3/1
3.	Области управленческого консультирования. Рынок управленческого консультирования. (информационная лекция)	3/1
4.	Процесс организационного консультирования (информационная лекция)	3/1
5.	Процесс маркетингового консультирования (информационная лекция)	3/1
6.	Практика маркетингового консультирования на предприятии (информационная лекция)	3/1
	ИТОГО	18/6

№	Темы практических занятий (форма проведения)	Трудоемкость в АЧ (очная, заочная форма обучения)
1.	Цели, задачи, подходы к консультированию организации (собеседование, доклады, контрольный опрос)	4/2

2.	Субъекты и объекты консультирования. Виды и формы консультирования. (собеседование, доклады, контрольный опрос)	4/3
3.	Области управленческого консультирования. Рынок управленческого консультирования. (собеседование, доклады, контрольный опрос)	4/3
4.	Процесс организационного консультирования (собеседование, доклады, контрольный опрос)	4/2
5.	Процесс маркетингового консультирования (собеседование, доклады, контрольный опрос)	5/2
6.	Практика маркетингового консультирования на предприятии (собеседование, доклады, контрольный опрос)	6/2
	ИТОГО	27/14

6 Фонд оценочных средств учебной дисциплины (модуля)

Фонд оценочных средств представлен в Приложении А.

7 Условия освоения учебной дисциплины (модуля)

7.1 Учебно-методическое обеспечение

Учебно-методического обеспечение учебной дисциплины (модуля) представлено в Приложении Б.

7.2 Материально-техническое обеспечение

№	Требование к материально-техническому обеспечению согласно ФГОС ВО	Наличие материально-технического оборудования	
1.	Учебные аудитории для проведения учебных занятий	аудитория для проведения лекционных и/или практических занятий: учебная мебель (столы, стулья, доска)	
		помещения для самостоятельной работы (наличие компьютера, выход в Интернет)	
2.	Мультимедийное оборудование	<i>проектор, компьютер, экран</i>	
3.	Программное обеспечение		
	Наименование программного продукта	Обоснование для использования (лицензия, договор, счёт, акт или иное)	Дата выдачи
	Zbrush Academic Volume License	Договор №209/ЕП(У)20-ВБ	30.11.2020
	Academic VMware Workstation 16 Pro for Linux and Windows, ESD	Договор №211/ЕП(У)20-ВБ, 25140763	03.11.2020
	Acronis Защита Данных для рабочей станции, Acronis Защита Данных. Расширенная для физического сервера	Договор №210/ЕП (У)20-ВБ, Ах000369127	03.11.2020
	Антиплагиат. Вуз. *	Договор №3341/12/ЕП(У)21-ВБ	29.01.2021
	Azure Dev Tools for Teaching MS Windows	Договор №243/Ю	19.12.2018
	MS Office 365	Безвозмездно передаваемое ВУЗам	-
	Adobe Acrobat	свободно распространяемое	-

Teams	свободно распространяемое	-
Skype	свободно распространяемое	-
Zoom	свободно распространяемое	-
«Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Education Renewal. 250-499 Node I year License» /1 год *	Договор №158/ЕП(У)22-ВБ	21.09.2022
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-base_orel-x86_64-0-14211	09.12.2022
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-base_orel-x86_64-0-12617	21.11.2022
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-max-x86_64-0-11416	26.10.2022
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-base_orel-x86_64-0-9651	28.09.2022
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-base-x86_64-0-8801	07.09.2022
Astra Linux Special Edition*	195200041-alse-1.7-client-base-x86_64-0-8590	01.09.2022

* отечественное производство

Приложение А
(обязательное)

Фонд оценочных средств
учебной дисциплины (модуля) Маркетинговое консультирование

1 Структура фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств состоит из двух частей:

а) открытая часть - общая информация об оценочных средствах (название оценочных средств, проверяемые компетенции, баллы, количество вариантов заданий, методические рекомендации для применения оценочных средств и пр.), которая представлена в данном документе, а также те вопросы и задания, которые могут быть доступны для обучающегося;

б) закрытая часть - фонд вопросов и заданий, которая не может быть заранее доступна для обучающихся (экзаменационные билеты, вопросы к контрольной работе и пр.) и которая хранится на кафедре.

№	Оценочные средства для текущего контроля	Разделы (темы) учебной дисциплины	Баллы	Проверяемые компетенции
1.	Собеседование	Тема 1. Определение маркетинговой системы. Маркетинг как бизнес-процесс.	15	ПК-4
		Тема 2. Основные составляющие работы маркетолога на предприятии.	20	
		Тема 3. Основные способы управления маркетинговой системой на предприятии.	15	
		Тема 4. Совокупность решений в рамках политик, составляющих модель комплекса маркетинга предприятия.	20	
		Тема 5. Влияние сбалансированной системы показателей на бизнес, документальное обеспечение маркетинговой деятельности на предприятии.	15	
		Тема 6. Организация службы маркетинга на предприятии, планирование и контроль маркетинга.	15	
2.	Доклад	Тема 1. Определение маркетинговой системы. Маркетинг как бизнес-процесс.	15	
		Тема 2. Основные составляющие работы маркетолога на предприятии.	15	
		Тема 3. Основные способы управления маркетинговой системой на предприятии.	15	
		Тема 4. Совокупность решений в рамках политик, составляющих модель комплекса маркетинга предприятия.	15	
		Тема 5. Влияние сбалансированной системы показателей на бизнес, документальное обеспечение маркетинговой деятельности на предприятии.	15	

		Тема 6. Организация службы маркетинга на предприятии, планирование и контроль	15	
3.	Контрольный опрос	Тема 1. Определение маркетинговой системы. Маркетинг как бизнес-процесс.	10	
		Тема 2. Основные составляющие работы маркетолога на предприятии.	10	
		Тема 3. Основные способы управления маркетинговой системой на предприятии.	10	
		Тема 4. Совокупность решений в рамках политик, составляющих модель комплекса маркетинга предприятия.	10	
		Тема 5. Влияние сбалансированной системы показателей на бизнес, документальное обеспечение маркетинговой деятельности на предприятии.	10	
		Тема 6. Организация службы маркетинга на предприятии, планирование и контроль	10	
	<i>Промежуточная аттестация</i>			
	Экзамен		50	
	ИТОГО		300	

3 Рекомендации к использованию оценочных средств

1) Собеседование

<i>Критерии оценки</i>	<i>Количество вариантов заданий</i>	<i>Количество вопросов</i>
Выявляет хорошую подготовку, позволяет отвечающему существенно дополнить уже прозвучавший ответ	множество (случайная)	20
Применил навыки использования маркетинговых знаний;		
Степень осознанности, понимания изученного		

Примерные вопросы для обсуждения:

1. Дайте определение нормативному консультированию
2. В чем заключается специфика ценностного консультирования?
3. Что решает проблемное консультирование?
4. Когда осуществляется консультирование по проекту?
5. Каковы преимущества консультирования по процессу?

2) Доклад

<i>Критерии оценки</i>	<i>Количество вариантов заданий</i>
Проработанность темы, логическая последовательность изложения наглядное представление информации, выводы	20

Примерные темы доклада

1. Основные категории в управленческом консалтинге
2. История развития управленческого консультирования
3. Понятие и предмет управленческого консультирования

4. Внешние и внутренние консультанты

3) Контрольный опрос

<i>Критерии оценки</i>	<i>Количество вариантов заданий</i>	<i>Количество вопросов</i>
Количество правильных ответов	Множество (случайная выборка заданий)	По 10 вопросов в каждом тесте

Пример одного вопроса

1. Консультирование с позиций профессионального подхода – это ...
2. Основная задача консультирования:
 - а) управление клиентом
 - б) спасение клиента от банкротства
 - в) оказание профессиональной помощи и дача советов по вопросам экономики и управления
 - г) обучение клиента

4) Экзамен

<i>Критерии оценки</i>	<i>Количество вариантов заданий</i>	<i>Количество вопросов</i>
Количество правильных ответов	20	3

Пример экзаменационного билета:

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого

Кафедра технологий управления

Экзаменационный билет № 1

Учебная дисциплина (модуль) Маркетинговое консультирование

Для направления подготовки (профиля) 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) Цифровой маркетинг

1. Цели, задачи, подходы к консультированию организации.
2. Субъекты и объекты консультирования.
3. Обучающее консультирование.

Принято на заседании кафедры «___» _____ 20__ г. Протокол № _____
Заведующий кафедрой _____ М.М. Омаров

Пример вопросов для подготовки к экзамену

1. Цели, задачи, подходы к консультированию организации.
2. Цель консультирования организации.
3. Предмет и метод управленческого консультирования.
4. Методология консультирования организации.
5. Классификация методов консультирования.

6. Методы работы консультантов во время осуществления консультационного проекта.
7. Субъекты и объекты консультирования.
8. Виды и формы консультирования.
9. Экспертное консультирование.
10. Внешние и внутренние консультанты.
11. Процессное консультирование (консультирование по процессу).
12. Обучающее консультирование.

Все материалы для проведения промежуточного контроля хранятся на кафедре.

Приложение Б
(обязательное)

Карта учебно-методического обеспечения
Учебной дисциплины (модуля) Маркетинговое консультирование

1. Основная литература*

Библиографическое описание издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЭБС
Печатные источники		
Федосеев В. Н. Управление маркетингом : учебное пособие по направлению "Менеджмент" / В. Н. Федосеев. - Москва ; Ростов-на-Дону : МарТ, 2006. - 204, [1] с. : ил. - (Учебный курс). - ISBN 5-241-00531-5 : 78.00.	6	
Тультаев Т. А. Маркетинг услуг : учебник для вузов / Т. А. Тультаев. - Москва : Инфра-М, 2013. - 206, [2] с. : ил. - (Высшее образование : сер. основана в 1996 г.). - Библиогр.: с. 186-188. - Глоссарий: с. 189-205. - Соответствует Федер. гос. образоват. стандарту 3-го поколения. - Электронно-библиотечная система znanium.com. - ISBN 978-5-16-005021-8	8	
Маслова Т. Д. Маркетинг : учебник для вузов / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик ; изд. прогр. "300 лучших учебников для высшей школы в честь 300-летия Санкт-Петербурга". - 2-е изд., доп. - Санкт-Петербург : Питер, 2007. - 397 с. : ил. - (Учебники для вузов). - Библиогр.: с. 378-380. - Указ.: с. 381-397. - ISBN 5-318-00763-5. - ISBN 978-5-318-00763-7	11	
Электронные ресурсы		
Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/514184 (дата обращения: 30.04.2023)		Юрайт
Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 559 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05818-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510588 (дата обращения: 30.04.2023).		Юрайт
Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510948 (дата обращения: 30.07.2023).		Юрайт
Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511247 (дата обращения: 30.07.2023).		Юрайт

Новгородский государственный
университет им. Ярослава Мудрого
Научная библиотека
Сектор учета

2. Дополнительная литература

Библиографическое описание издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЭБС
Печатные источники		
Егоров Ю. Н. Управление маркетингом : учебник : для вузов / Ю. Н. Егоров. - Москва : Инфра-М, 2015. - 236, [2] с. : ил. - (Высшее образование : Бакалавриат). - Библиогр.: с. 232. - Электронно-библиотечная система znanium.com. - ISBN 978-5-16-010430-0. - ISBN 978-5-16-102412-6	5	
Электронные ресурсы		
Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы : учебное пособие / под редакцией Л. С. Латышовой. — Москва : Дашков и К, 2018. — 142 с. — ISBN 978-5-394-03038-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/110741 (дата обращения: 08.12.2020).		Лань
Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование : учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06590-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515454 (дата обращения: 30.04.2023).		Юрайт
Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531182 (дата обращения: 30.04.2023).		Юрайт
Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511401 (дата обращения: 05.07.2023).		Юрайт
Егорова, М. А. Маркетинг. Коммерческое ценообразование : словарь / М. А. Егорова, С. В. Пинковская, И. Ю. Хитрина. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. — 64 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/279488 (дата обращения: 05.07.2023).		Лань

3. Информационное обеспечение модуля

Наименование ресурса	Договор	Срок договора
Профессиональные базы данных		
База данных электронной библиотечной системы вуза «Электронный читальный зал-БиблиоТех» https://www.novsu.ru/dept/1114/bibliotech/	Договор от 17.12.2014 № БТ-46/11	бессрочный
Электронный каталог научной библиотеки http://mars.novsu.ac.ru/MarcWeb/	База собственной генерации	бессрочный
База данных «Аналитика» (картотека статей) http://mars.novsu.ac.ru/MarcWeb/	База собственной генерации	бессрочный

Новгородский государственный
университет им. Ярослава Мудрого
Научная библиотека
Сектор учета *Мас*

Наименование ресурса	Договор	Срок договора
Профессиональные базы данных		
ЭБС «Электронная библиотечная система Новгородского государственного университета» (ЭБС НовГУ). Универсальный ресурс. Внутривузовские издания НовГУ.	Договор № 230 от 30.12.2022 с ООО «КДУ»	бессрочный
ЭБС «Лань» Единая профессиональная база данных для классических вузов – Издательство Лань «ЭБС» ЭБС ЛАНЬ	Договор от 23.12.2022 № 28/ЕП(У)22 с ООО «Издательство ЛАНЬ»	01.01.2023-31.12.2023
ЭБС «ЛАНЬ» Универсальный ресурс	Договор от 09.11.2020 № СЭБ НВ-283 с ООО «ЭБС ЛАНЬ»	09.11.2020 - 31.12.2023
«ЭБС ЮРАЙТ www.biblio-online.ru » Универсальный ресурс.	Договор от 23.12.2022 № 25/ЕП(У)22 с ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»	01.01.2023 - 31.12.2023
«Национальная электронная библиотека» Универсальный ресурс.	Договор от 14.03.2022 № 101/НЭБ/2338-п с ФБГУ «Российская Государственная библиотека»	14.03.2022 - 14.03.2027
ЭБС «IPRsmart» Универсальный ресурс.	Лицензионный договор № 741/22П с ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа»	01.01.2023 - 01.01.2024
ЭБС «IPRsmart» Электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов «РУССКИЙ ЯЗЫК КАК ИНОСТРАННЫЙ» (РКИ).	Лицензионный договор от 23.12.2022 № 9470/22РКИ с ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа»	01.01.2023 - 31.12.2023
Универсальная база данных «УБД» Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий с архивом.	Договор от 30.01.2023 № 01/БВ с ООО «ИВИС»	01.01.2023 - 31.12.2023
ЭБС Polpred.com. Обзор СМИ. Электронные статьи 600 деловых газет, журналов, информагентств за 20 лет. Президентская библиотека им. Б. Н. Ельцина https://www.prlib.ru/	Соглашение с ООО «ПОЛПРЕД Справочники». Тестовый доступ.	с 01.01.2023
База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/	в открытом доступе	-
База данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/	в открытом доступе	-
Базы данных Министерства экономического развития РФ http://www.economy.gov.ru	в открытом доступе	-
База данных электронно-библиотечной системы «Национальная электронная библиотека» https://нэб.рф	в открытом доступе	-
Информационные справочные системы		
Университетская информационная система «РОССИЯ» https://uisrussia.msu.ru	в открытом доступе	-
Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» https://openedu.ru	в открытом доступе	-
Портал открытых данных Российской Федерации https://data.gov.ru	в открытом доступе	-

Новгородский государственный
университет им. Ярослава Мудрого
Научная библиотека
Сектор учета *Лань*

Наименование ресурса	Договор	Срок договора
Профессиональные базы данных		
База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ https://rosmintrud.ru/opendata	в открытом доступе	-
Справочно-правовая система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс студенту и преподавателю) www.consultant.ru/edu/	в открытом доступе	-

Проверено НБ НовГУ

Заведующий кафедрой М.М. Омаров М.М. Омаров



Приложение В
(обязательное)

**Лист актуализации рабочей программы
учебной дисциплины (модуля) Маркетинговое консультирование**

Рабочая программа актуализирована на 20__/20__ учебный год.
 Протокол № ____ заседания кафедры от « ____ » _____ 20__ г.
 Разработчик: _____
 Зав. кафедрой _____

Рабочая программа актуализирована на 20__/20__ учебный год.
 Протокол № ____ заседания кафедры от « ____ » _____ 20__ г.
 Разработчик: _____
 Зав. кафедрой _____

Рабочая программа актуализирована на 20__/20__ учебный год.
 Протокол № ____ заседания кафедры от « ____ » _____ 20__ г.
 Разработчик: _____
 Зав. кафедрой _____

Перечень изменений, внесенных в рабочую программу:

Номер изменения	№ и дата протокола заседания кафедры	Содержание изменений	Заведующий кафедрой	Подпись