


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		



УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ИЭиБ
от 20 июня 2024 г., протокол № 10 / 271
Председатель И.Б. Романова
« 20 » июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Анализ рынка и продвижение продукта
Факультет	Экономики
Кафедра	финансов и кредита
Курс	2

Направление: 38.04.01 Экономика
 Направленность (профиль): «Искусственный интеллект в финансово-экономических системах»
 Форма обучения: заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 01 » сентября 2024 г.



Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 ____ г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 ____ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 ____ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Тимагина Ю.А.	финансов и кредита	доцент, к.э.н., доцент

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой финансов и кредита, реализующей дисциплину	Заведующий выпускающей кафедрой цифровой экономики
 / <u>Ширяева Н.В./</u>	 / <u>Лутошкин И.В. /</u>
«19» июня 2024 г.	«19» июня 2024 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины. Целью изучения дисциплины «Анализ рынка и продвижение продукта» является формирование у магистрантов комплекса теоретических знаний, а также практических умений, навыков и компетенций в сфере анализа рынка и продвижения продукта.

Задачи освоения дисциплины.

Формирование базовых теоретических знаний в области:

- основ функционирования рынка на современном этапе;
- основ анализа и прогнозирования рынка;
- подходов к продвижению продукта.

Формирование практических умений и навыков в области:

- исследования и разработки прогнозов развития рыночной конъюнктуры;
- экспертных оценок рыночной конъюнктуры;
- ситуационного анализа рынка;
- инструментов продвижения продуктов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Анализ рынка и продвижение продукта» относится к Блоку ФТД. Факультативные дисциплины.


Для успешного освоения дисциплины «Анализ рынка и продвижение продукта» обучающийся должен обладать знаниями, умениями и навыками, полученными в результате изучения дисциплин Экономика организации, Управление эффективностью предприятия: бережливое производство.

Освоение компетенций проходит одновременно при изучении дисциплины Информационно-аналитические системы управления деятельностью организации.

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Анализ рынка и продвижение продукта» используются при изучении следующих дисциплины Управление финансами организации, при прохождении Производственной практики. Практики по профилю профессиональной деятельности), Преддипломной практики; при подготовке к процедуре защиты и защите выпускной квалификационной работы.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-1 Способен готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области финансово-экономической деятельности и принятия управленческих решений в цифровой среде	Знать методические материалы по планированию, учету и анализу финансово-экономической деятельности организации в сфере анализа и продвижения продукта Уметь осуществлять сбор, мониторинг, обработку и систематизацию данных для проведения расчетов финансово-экономических показателей организации, в том числе с применением методов и средств искусственного интеллекта, в сфере анализа и продвижения продукта Владеть навыками составления аналитических материалов для оценки мероприятий в сфере анализа и продвижения продукта

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 3 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах) 108 час.


Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		3
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	12*	12*
Аудиторные занятия:	12*	12*
лекции	4	4
семинары и практические занятия	8	8
лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	92	92
Контроль	4	4
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы	ответы на вопросы при собеседовании, проверка решения практических задач, проверка тестовых заданий	ответы на вопросы при собеседовании, проверка решения практических задач, проверка тестовых заданий
Виды промежуточной аттестации	зачет	зачет
Всего часов по дисциплине	108	108

*В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, указанные часы работы ППС с обучающимися проводятся в дистанционном формате с применением электронного обучения

4.3. Содержание дисциплины (модуля.) Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения заочная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			в т.ч. занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Рынок как социально-экономическая категория	25	1	2	-		22	ответы на вопросы, проверка тестовых заданий, проверка решения практических задач
2. Прогнозирование рыночных ситуаций	25	1	2	-		22	ответы на вопросы, проверка тестовых заданий, проверка решения практических задач
3. Основы анализа рынка продукта	27	1	2	-		24	ответы на вопросы, проверка тестовых заданий, проверка решения практических задач

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

4. Процесс продвижения продукта на рынок	27	1	2	-		24	ответы на вопросы, проверка тестовых заданий, проверка решения практических задач
Контроль	4						
Итого	108	4	8	-	-	92	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Тема 1. Рынок как социально-экономическая категория

Современный рынок: сущность, структура, классификация и инфраструктурное обустройство. Основные экономические функции современного рынка. Информационно-аналитическая база исследования рынка и рыночных ситуаций. Рыночная конъюнктура как объект системного анализа. Характерные особенности исследования конъюнктуры рынка. Технология исследования и разработки прогнозов развития рыночной конъюнктуры.

Тема 2. Прогнозирование рыночных ситуаций

Методология науки «Прогностика» — основа прогнозирования рыночных ситуаций. Организация и технология процесса прогнозирования рыночных ситуаций. Организация работ по прогнозированию рыночных ситуаций. Концепция, подходы, принципы и технология экспертных оценок рыночной конъюнктуры. Методы прогнозирования рыночной конъюнктуры. Методические основы разработки аналитических обзоров развития региональных рынков. Информационно-аналитическое обеспечение анализа рыночной конъюнктуры. Методы использования ИТ-технологий в Локальном Информационном Контуре современной организации.

Тема 3. Основы анализа рынка продукта

Необходимость и сущность анализа рынка продукта. Виды исследований рынка. Структура и основные этапы анализа рынка. SWOT-анализ: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. Элементы внешней среды: возможности и угрозы. STEP – анализ. Виды ситуационного анализа рынка. Анализ жизненного цикла товара. Анализ уровня рекламного шума, клаттера. Конкурентный анализ. Анализ персонала. Принципы проведения ситуационного анализа внешней среды. Маркетинговая разведка. Чек-лист для оценки потенциала организации, предприятия: SWOT – анализ.

Тема 4. Процесс продвижения продукта на рынок


Сущность и цели процесса продвижения продукта на рынок. Этапы процесса продвижения продукта. Принципы продвижения товара. Порядок действий по разработке и продвижению новой продукции на рынок. Процесс распределения уже существующего товара на рынке. Характеристика процессов продвижения продукта. Анализ эффективности продвижения. Экономическая эффективность и психологическое влияние мер продвижения на покупателя (психологическая эффективность). Оценка эффективности процессов продвижения продукта.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Рынок как социально-экономическая категория (форма проведения – семинарское занятие, практическое занятие).

Контрольные вопросы для собеседования:

1. В чем заключаются основные сущностные черты современного рынка?
2. Определите структуру современного рынка, его классификацию.
3. Что представляет собой инфраструктурное обустройство рынка?
4. Определите основные экономические функции современного рынка.
5. Опишите информационно-аналитическую базу исследования рынка и рыночных ситуаций.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

6. Охарактеризуйте рыночную конъюнктуру как объект системного анализа.
7. Назовите характерные особенности исследования конъюнктуры рынка.
8. Опишите технологию исследования и разработки прогнозов развития рыночной конъюнктуры.

Практические задания

1. На основе официальных данных о динамике цен на недвижимость за последние 5 лет, постройте среднесрочный прогноз цен на недвижимость в Ульяновске. Составьте письменное заключение по результатам анализа.

2. Используя информацию сайта FAOSTAT (<http://www.fao.org/faostat/ru/#home>), определите объем потребления в России следующих видов продукции за последние 5 лет: газетная бумага, оберточная бумага, деревянные пиллеты. Результат представьте в виде таблицы «Объем производства и потребления продукции» (год, объем производства, импорт, экспорт, объем потребления).

3. По статистике, только 4 % неудовлетворенных потребителей предъявляют претензии. В компанию «Комбинат питания» за прошедший год поступило 89 жалоб. Рассчитайте, сколько потребителей в действительности недовольны продукцией предприятия.

Задание для самостоятельной работы:

1. Выполнить практические задания:

1. На основе официальных данных, касающихся изменения численности населения и объемов строительства нового жилья за последние 5 лет, постройте среднесрочный прогноз объемов строительства жилья в Ульяновске. Составьте письменное заключение по результатам анализа.

2. Используя данные изменения численности населения и объемов строительства нового жилья за последние 5 лет в Ульяновске, рассчитайте темпы прироста показателей численности и ввода жилья.

3. Дайте сравнительную характеристику современных научных школ в сфере исследования содержания рынка как социально-экономической категории.

2. Проработать лекционный материал, основную и дополнительную литературу с целью подготовки ответов на представленный перечень контрольных вопросов.


3. Выполнить тестовые задания

Тема 2. Прогнозирование рыночных ситуаций (форма проведения – семинарское занятие, практическое занятие).

Контрольные вопросы для собеседования:

1. Определите методологию науки «Прогностика».
2. Опишите организацию и технологию процесса прогнозирования рыночных ситуаций.
3. Как происходит организация работ по прогнозированию рыночных ситуаций?
4. Охарактеризуйте концепцию, подходы, принципы и технологию экспертных оценок рыночной конъюнктуры.
5. Назовите методы прогнозирования рыночной конъюнктуры.
6. Опишите методические основы разработки аналитических обзоров развития региональных рынков.
7. В чем заключается информационно-аналитическое обеспечение анализа рыночной конъюнктуры?
8. Какие методы использования ИТ-технологий присутствуют в Локальном Информационном Контуре современной организации?

Практические задания:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

1. Определите пороговую цену (цена реализации, при которой компания будет получать нулевую прибыль), если известно, что себестоимость единицы продукции равна 257 руб. Планируемый спрос на продукцию ожидается в количестве 1000 штук в месяц, при условии, что его цена будет 590 руб./шт. Постоянные затраты компании равны 14000 руб.

2. Проведенное маркетинговое исследование показало, что среднерыночная цена продукта равна 700 руб. Постоянные издержки равны 12000, себестоимость единицы товара 350 руб., цена отгрузки 470 руб. Определите точку безубыточности для компании (шт. и руб.).

3. Принято решение открыть новое предприятие по оказанию консалтинговых услуг. Целевая рентабельность продаж предполагается в размере 55 %. По предварительным расчетам, постоянные затраты составят 45000 руб./месяц. Средняя цена таких консалтинговых услуг составляет 7000 руб. Определите точку безубыточности для данного предприятия.

Задание для самостоятельной работы:

1. Выполнить практические задания:

1. Из нижеперечисленного списка выберите информацию, которую можно получить из внутренней отчетности предприятия, внешней текущей информации и маркетинговых исследований. Результат внесите в таблицу (внутренняя отчетность, внешняя текущая информация маркетинговые исследования):

- численность сотрудников компании,
- прибыль компании,
- валютный курс,
- информация об экономике региона,
- статистика заказов,
- объем продаж компании за предыдущий период,
- мотивы потребителей
- размер оборотного капитала,
- деловые новости отрасли,
- деятельность конкурентов,
- статистика по заявкам покупателей,
- реакция рынка на новый товар.

2. Для любого выбранного Вами предприятия, определите политические, экономические, социальные и технологические факторы, оказывающие влияние на его деятельность.

3. Для любого выбранного Вами предприятия оцените степень влияния каждого фактора, оказывающего влияние на его деятельность, по 5- балльной шкале (где 1-наим.степень, 5-максим.). Попытайтесь спрогнозировать влияние этих факторов в будущем (будет усиливаться, оставаться неизменным, снижаться).

4. Составьте таблицу «Факторы и их влияние» (Группы факторов Факторы, влияющие на предприятие, Степень влияния, Прогноз влияния фактора в будущем) для любого выбранного Вами предприятия.


2. Проработать лекционный материал, основную и дополнительную литературу с целью подготовки ответов на представленный перечень контрольных вопросов.

3. Выполнить тестовые задания

Тема 3. Основы анализа рынка продукта (форма проведения – семинарское занятие, практическое занятие).

Контрольные вопросы для собеседования:

1. В чем заключается необходимость и сущность анализа рынка продукта?
2. Опишите виды исследований рынка, структуру и основные этапы анализа рынка.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

3. Определите основные параметры SWOT-анализа: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы.
4. Опишите STEEP – анализ.
5. Какие виды ситуационного анализа рынка Вы можете назвать?
6. Что представляет собой анализ жизненного цикла товара, анализ уровня рекламного шума, клаттера?
7. Охарактеризуйте конкурентный анализ, анализ персонала.
8. Назовите принципы проведения ситуационного анализа внешней среды.
9. Определите необходимость маркетинговой разведки и чек-листа для оценки потенциала организации, предприятия (SWOT – анализ).

Практические задания:

1. Подберите примеры кратких формулировок миссий 3-4 компаний. Для каждой из них укажите: интересы каких групп лиц учтены в формулировке; на чьих интересах сделан акцент в формулировке миссии в первую очередь.

2. Предложите вариант организационной структуры для маркетинговой службы предприятия, если известно: а) численность сотрудников компании - 40 чел, у компании однопрофильный бизнес, компания ведет свою деятельность на внутреннем и внешнем рынках, номенклатура ограничена, в компании решаются только текущие задачи маркетинга; б) общая численность сотрудников производственного предприятия составляет 400 чел., компания занимается сборкой электротехнического оборудования и продает его во все регионы России, как напрямую, так и через дистрибьюторов.

3. Составьте анкету (не менее 15 вопросов) для изучения потребительских предпочтений покупателей кофе. При составлении вопросов используйте разные типы закрытых и открытых вопросов.

Задание для самостоятельной работы:

1. Выполнить практические задания:

1. Предложите варианты KPI для сотрудников отдела маркетинга производственного предприятия.

2. Проанализируйте цели предприятия, и укажите, какие из них соответствуют SMART-критериям: увеличить объем продаж на 20% в следующем году, в течение месяца заключить новый договор с заказчиком, в текущем году принять участие в пяти выставках, в течение текущего года продавать по одному участку ежемесячно в коттеджном поселке.

3. Разработайте схему проведения маркетингового исследования для следующей ситуации: а) в сети химчисток резко упало количество обращений по сравнению с прошлым годом; б) компания - разработчик мобильных приложений хочет создать новую версию приложения.

4. Разработайте схему проведения маркетингового исследования для следующей ситуации: а) в магазине продовольственных товаров жарким летом не увеличился спрос на мороженое; б) индивидуальный предприниматель хочет открыть парикмахерскую в районе, где он проживает.


2. Проработать лекционный материал, основную и дополнительную литературу с целью подготовки ответов на представленный перечень контрольных вопросов.

3. Выполнить тестовые задания

Тема 4. Процесс продвижения продукта на рынок (форма проведения – семинарское занятие, практическое занятие).

Контрольные вопросы для собеседования:

1. В чем заключаются сущность и цели процесса продвижения продукта на рынок?
2. Какие этапы процесса продвижения продукта Вы можете назвать?
3. Определите принципы продвижения товара.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

4. Дайте характеристику процессов продвижения продукта.
5. Есть ли отличия продвижения новой продукции и уже существующего товара на рынке?
6. Что представляет собой анализ эффективности продвижения?
7. Охарактеризуйте экономическую и психологическую эффективность продвижения.
8. Как происходит оценка эффективности процессов продвижения продукта?

Практические задания:

1. Изобразите схему принятия решению о покупке для следующих товаров: а) детская игрушка, б) хлеб, в) мягкая мебель, г) смартфон. Определите, к какой модели покупательского поведения относится приобретение данного товара.

2. Представьте, что руководитель предприятия поставил перед вами задачу организовать: а) семинар, б) выставку, в) конференцию. Разработайте концепцию, формат и последовательность действий для подготовки и проведения мероприятия. План подготовки представьте в виде таблицы (№ п/п, наименование этапа подготовки, детализация задач, ответственный (должность)).

3. Напишите основные этапы планирования баннерной рекламной компании для: а) агентства по продаже загородных домов, б) проката детских товаров, в) услуг ломбарда.

Задание для самостоятельной работы:

1. Выполнить практические задания:

1. Возьмите упаковку любого товара и перечислите информационные и изобразительные элементы, которые присутствуют на его упаковке. Результаты представьте в виде таблицы «Элементы упаковки товара» (информационные элементы, изобразительные элементы).

2. Проведите сегментацию микрорайонов частных домовладений г. Ульяновска, используя такие характеристики как: цена, месторасположение, участок, число домовладений в поселке, площадь дома, размер участка, инфраструктура. Выделите 4 сегмента: эконом, бизнес, премиум и люкс.

3. Составьте список ключевых слов и напишите небольшой seo-текст (не более 500 печатных символов) для сайта бухгалтерской компании. Тема: «Услуги постановки бухучета на предприятии». В тексте укажите проблемы, которые решает постановка бухучета и придумайте причины, по которым необходимо обратиться в бухгалтерскую фирму «Бухгалтер навсегда».

2. Проработать лекционный материал, основную и дополнительную литературу с целью подготовки ответов на представленный перечень контрольных вопросов.

3. Выполнить тестовые задания.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ


Данный вид работы не предусмотрен учебным планом.

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ


Данный вид работы не предусмотрен учебным планом.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Современный рынок: сущность, структура, классификация и инфраструктурное обустройство.
2. Основные экономические функции современного рынка.
3. Информационно-аналитическая база исследования рынка и рыночных ситуаций.
4. Рыночная конъюнктура как объект системного анализа.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		


5. Характерные особенности исследования конъюнктуры рынка.
6. Технология исследования и разработки прогнозов развития рыночной конъюнктуры.
7. Методология науки «Прогностика» — основа прогнозирования рыночных ситуаций.
8. Организация и технология процесса прогнозирования рыночных ситуаций.
9. Организация работ по прогнозированию рыночных ситуаций.
10. Концепция, подходы, принципы и технология экспертных оценок рыночной конъюнктуры.
11. Методы прогнозирования рыночной конъюнктуры.
12. Методические основы разработки аналитических обзоров развития региональных рынков.
13. Информационно-аналитическое обеспечение анализа рыночной конъюнктуры.
14. Необходимость и сущность анализа рынка продукта.
15. Виды исследований рынка. Структура и основные этапы анализа рынка.
16. SWOT-анализ: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. Элементы внешней среды: возможности и угрозы.
17. STEP – анализ.
18. Виды ситуационного анализа рынка.
19. Анализ жизненного цикла товара.
20. Анализ уровня рекламного шума, клаттера.
21. Конкурентный анализ.
22. Анализ персонала.
23. Принципы проведения ситуационного анализа внешней среды.
24. Маркетинговая разведка. Чек-лист для оценки потенциала организации, предприятия: SWOT – анализ.
25. Сущность и цели процесса продвижения продукта на рынок.
26. Этапы процесса продвижения продукта.
27. Принципы продвижения товара.
28. Характеристика процессов продвижения продукта.
29. Экономическая эффективность и психологическое влияние мер продвижения на покупателя (психологическая эффективность).
30. Оценка эффективности процессов продвижения продукта.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения заочная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1. Рынок как социально-экономическая категория	Проработка учебного материала, решение практических задач, подготовка к тестированию	22	Ответы на вопросы, проверка решения практических задач, проверка тестовых заданий
2. Прогнозирование рыночных ситуаций	Проработка учебного материала, решение практических задач, подготовка к тестированию	22	Ответы на вопросы, проверка решения практических задач, проверка тестовых заданий
3. Основы анализа рынка продукта	Проработка учебного материала, решение практических задач, подготовка к тестированию	24	Ответы на вопросы, проверка решения практических задач, проверка тестовых заданий
4. Процесс продвижения продукта на рынок	Проработка учебного материала, решение практических задач, подготовка к тестированию	24	Ответы на вопросы, проверка решения практических задач, проверка тестовых заданий
Итого		92	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

Основная литература:

1. Анализ и прогнозирование рынка : учебник для вузов / А.Н. Асаул, М.А. Асаул, В.Н. Старинский, Г.Ф. Щербина ; А. Н. Асаул, М. А. Асаул, В. Н. Старинский, Г. Ф. Щербина ; под редакцией А. Н. Асаула. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2023. - 296 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/520260>

2. Карасев А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум / А. П. Карасев. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 315 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/536446>

Дополнительная литература:

1. Информационные системы в экономике : учебник для вузов / В.Н. Волкова, С.В. Широкова, А.В. Логинова, В.Н. Юрьев ; В. Н. Волкова, В. Н. Юрьев, С. В. Широкова, А. В. Логинова ; под редакцией В. Н. Волковой, В. Н. Юрьева. - Москва : Юрайт, 2023. - 402 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/511652>

2. Заздравных Алексей Витальевич. Экономика отраслевых рынков : учебник и практикум для вузов / А.В. Заздравных, Е.Ю. Бойцова ; А. В. Заздравных, Е. Ю. Бойцова. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2023. - 359 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/51179>.

3. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т.А. Лукичёва, И.В. Воробьева, Т.А. Лезина [и др.] ; Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 386 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/531182>


4. Чернышева Анна Михайловна. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова ; А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. - Москва : Юрайт, 2023. - 187 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/511984>

5. Чернышева Анна Михайловна. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова ; А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. - Москва : Юрайт, 2023. - 373 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/511383>

Учебно-методическая литература:


1. Тимагина Ю. А. Анализ рынка и продвижение продукта : методические рекомендации по изучению дисциплины и организации самостоятельной работы студентам направления 38.04.01 Экономика профиль «Искусственный интеллект в финансово-экономических системах» / Ю. А. Тимагина ; УлГУ, Ин-т экономики и бизнеса. - 2023. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/15172>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный.

Согласовано:

Ведущий специалист
Должность сотрудника научной библиотеки
/ Голосова М.Н. /  / 06.06.2024
дата

б) Программное обеспечение

1. Windows 10
2. СПС Консультант Плюс.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

3. **eLIBRARY.RU**: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. **Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. **Российское образование** : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.


6. **Электронная библиотечная система УлГУ** : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Инженер ведущий



Щуренко Ю.В.

2024

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации представляют собой учебные аудитории, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик



подпись

доцент

должность

Тимагина Ю.А.

ФИО

15.06.2024