


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		



### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Исследования и разработка СХ-стратегии продвижения
Факультет	Культуры и искусства
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	3

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.  
Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

*(код направления (специальности), полное наименование)*

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2022 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №10 от 10.05.2023 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №9 от 14.05.2025 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от 20 г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Кремнева Н.Ю.	СОРиК	к.с.н.

	<b>СОГЛАСОВАНО</b>
	Заведующий выпускающей кафедрой
	(  , А.К. Магомедов / Подпись <span style="float: right;">ФИО</span> « 10 » 05 2022 г.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

### Цели освоения дисциплины:

- развитие теоретических знаний концепции клиентского опыта, практических навыков и компетенций, необходимых для эффективного управления клиентским опытом

### Задачи освоения дисциплины:

- приобретение знаний о CX-концепции
- получение необходимых знаний и навыков по проведению CX-исследований
- овладение практическими навыками разработки CX-стратегии на основе результатов исследований

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП, ОПОП:

Дисциплина «Исследования и разработка CX-стратегии продвижения» Б1.В.10 относится к вариативной части учебного плана бакалавров – профессиональный электив. Изучается в 6 семестре.

**Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:**

Формируются на основе дисциплин UX-исследования и управление пользовательским опытом.

**Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:**

Полученные компетенции являются основой последующих преддипломной практики и ГИА.

## 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

*(перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине (модулю)) в соответствии с ФГОС ВО;*

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			знать	уметь	владеть
1	ПК-7	Способен осуществлять исследования в цифровой среде и использовать их результаты для решения коммуникационных задач	основы проведения и организации CX-исследований, способы получения и анализа исследовательской информации	использовать методики и техники проведения опросов потребителей в рыночных исследованиях	навыками разработки программы и инструментария CX-исследования

#### 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 3 зет         
по видам учебной работы (в часах)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очная )	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		6
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем	32	32
Аудиторные занятия:		
Лекции	16	16
практические и семинарские занятия	16	16
лабораторные работы (лабораторный практикум)	-	-
Самостоятельная работа	76	76
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)		практические работы, проект
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	зачет
Всего часов по дисциплине	108	108

*\* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения*

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения заочная )	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		6
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем	10	10
Аудиторные занятия:		
Лекции		
практические и семинарские занятия	10	10
лабораторные работы (лабораторный практикум)	-	-
Самостоятельная работа	94	94
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)		практические работы, проект

Форма текущего контроля самостоятельной работы		
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет (4)	Зачет (4)
Всего часов по дисциплине	108	108

\* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

**6. Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:**

Форма обучения \_\_\_\_\_ очная \_\_\_\_\_

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Тема 1. Основы управления клиентским опытом	32	4	4		2	24	Опрос, практические задания
Тема 2. Методы и инструменты СХ-исследований	44	8	8		4	28	Опрос, практические задания
Тема 3. Технологии продвижения в цифровых каналах на основе СХ-исследований	32	4	4		2	24	Опрос, практические задания, защита проекта
Итого	108	16	16		8	76	

Форма обучения \_\_\_\_\_ заочная \_\_\_\_\_

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			

1	2	3	4	5	6	7	
Тема 1. Основы управления клиентским опытом	32		2		2	30	Опрос, практические задания
Тема 2. Методы и инструменты CX-исследований	40		6		4	34	Опрос, практические задания
Тема 3. Технологии продвижения в цифровых каналах на основе CX-исследований	32		2		2	30	Опрос, практические задания, защита проекта
Итого	104		10		8	94	

$$104+4(\text{зачет})=108$$

## 6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Тема 1. Основы управления клиентским опытом

Понятие и ценность клиентского опыта. CX и UX: различие понятий. Принципы клиентоориентированного дизайна компании и маркетинга. Омниканальный опыт. Определение и сегментация клиентов. Классическое и ситуационное сегментирование. Поведенческая экономика. Концепции рационального и иррационального выбора. Факторы клиентского опыта. Ценностное предложение. Концепция потребительской ценности. Атрибуты и аргументы. Картирование опыта. Аналитическая модель CJM.

### Тема 2. Методы и инструменты CX-исследований

Количественные и качественные исследования. Дизайн исследования. Проведение, рекрутинг. Методы CX-исследований. Глубинные интервью. Usability-тестирование. Измерение лояльности и удовлетворенности. Метрики клиентского опыта: NPS, CSI, CLTV и др. Метрики удержания и вовлеченности. Инструменты сбора информации от клиентов. Фокус-группы. Онлайн- и офлайн-опросы. Текстовая аналитика: отзывы, форумы, комментарии и прямые обращения к бренду. Платформы для сбора данных из социальных сетей. Работа на платформах для CX-исследований: Fastuna, Oproso, Fabuza. Анализ результатов исследований. Формирование новых инсайтов о клиентском опыте.

### Тема 3. Технологии продвижения в цифровых каналах на основе CX-исследований

Эволюция клиентского опыта в современных условиях развития digital-технологий: социальные сети, сообщества и пользовательский контент. Сервисные и продуктовые

коммуникации. Чат-боты, голосовые помощники. Важность мобильного клиента. Принципы создания эффективного диалога с клиентом. Сервисные коммуникации личные и по телефону, геймификация.

## **7. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

Преподавание дисциплины «Исследования и разработка CX-стратегии продвижения» включает в себя следующие образовательные технологии:

- проведение семинарских занятий, направленных на обсуждение теоретического материала курса
- проведение практических занятий, связанных с отработкой исследовательских навыков
- проведение групповых дискуссий, деловых игр

**Тема 1. Основы управления клиентским опытом** (форма проведения – практическое занятие)

### Вопросы:

- Понятие и ценность клиентского опыта. CX и UX: различие понятий.
- Омниканальный опыт.
- Определение и сегментация клиентов. Классическое и ситуационное сегментирование.
- Поведенческая экономика. Концепции рационального и иррационального выбора. Факторы клиентского опыта.
- Ценностное предложение. Концепция потребительской ценности. Атрибуты и аргументы.
- Картирование опыта. Аналитическая модель CJM.

### Вопросы для самостоятельного изучения:

- Принципы клиентоориентированного дизайна компании и маркетинга.
- Ценностное предложение. Концепция потребительской ценности. Атрибуты и аргументы.

Домашнее практическое задание: Разработка CJM для заданной компании/продукта/ситуации.

## **Тема 2. Методы и инструменты CX-исследований**

### Вопросы:

- Количественные и качественные исследования.
- Дизайн исследования. Проведение, рекрутинг.
- Методы CX-исследований. Глубинные интервью. Фокус-группы. Онлайн- и офлайн-опросы.
- Измерение лояльности и удовлетворенности.
- Метрики клиентского опыта: NPS, CSI, CLTV и др.
- Метрики удержания и вовлеченности.
- Текстовая аналитика: отзывы, форумы, комментарии и прямые обращения к бренду.
- Анализ результатов исследований.
- Формирование новых инсайтов о клиентском опыте.

### Вопросы для самостоятельного изучения:

- Usability-тестирование.
- Платформы для сбора данных из социальных сетей.
- Работа на платформах для CX-исследований: Fastuna, Oproso, Fabuza.

Домашнее практическое задание: Разработка дизайна, инструментария и проведение исследования лояльности/удовлетворенности/удержания/вовлеченности (на выбор).

### **Тема 3. Технологии продвижения в цифровых каналах на основе CX-исследований**

#### Вопросы:

- Клиентский опыт в социальных сетях, сообществах, пользовательский контент.
- Сервисные и продуктовые коммуникации.
- Важность мобильного клиента.
- Сервисные коммуникации личные и по телефону, геймификация.

#### Вопросы для самостоятельного изучения:

- Принципы создания эффективного диалога с клиентом.
- Чат-боты, голосовые помощники.

Домашнее практическое задание: Разработка чат-бота.

## **8. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ**

Данный вид работы не предусмотрен УП.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ**

1. Понятие и ценность клиентского опыта. CX и UX: различие понятий.
2. Омниканальный опыт.
3. Определение и сегментация клиентов. Классическое и ситуационное сегментирование.
4. Поведенческая экономика. Факторы клиентского опыта.
5. Концепции рационального и иррационального выбора.
6. Ценностное предложение. Концепция потребительской ценности. Атрибуты и аргументы.
7. Картирование опыта. Аналитическая модель CJM.
8. Принципы клиентоориентированного дизайна компании и маркетинга.
9. Ценностное предложение. Концепция потребительской ценности.
10. Атрибуты и аргументы потребительской ценности.
11. Количественные и качественные исследования клиентского опыта.
12. Дизайн исследования. Проведение, рекрутинг.
13. Методы CX-исследований. Глубинные интервью.
14. Методы CX-исследований. Фокус-группы.
15. Методы CX-исследований. Онлайн- и офлайн-опросы.
16. Измерение лояльности и удовлетворенности.
17. Метрики клиентского опыта: NPS, CSI, CLTV и др.
18. Метрики удержания и вовлеченности.
19. Текстовая аналитика: отзывы, форумы, комментарии и прямые обращения к бренду.

20. Анализ результатов исследований.
21. Формирование новых инсайтов о клиентском опыте.
22. Usability-тестирование.
23. Платформы для сбора данных из социальных сетей.
24. Работа на платформах для CX-исследований: Fastuna, Oprossio, Fabuza.
25. Клиентский опыт в социальных сетях, сообществах, пользовательский контент.
26. Сервисные и продуктовые коммуникации.
27. Важность мобильного клиента.
28. Сервисные коммуникации личные и по телефону, геймификация.
29. Принципы создания эффективного диалога с клиентом.
30. Чат-боты, голосовые помощники.

## 10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

### Общие положения

Самостоятельная работа студентов обычно складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета
- участие в работе семинаров
- выполнение практических заданий
- подготовка к зачету

### Очная форма

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы ( <i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i> )	Объем в часах	Форма контроля ( <i>проверка решения задач, реферата и др.</i> )
Тема 1. Основы управления клиентским опытом	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	24	Устный опрос, проверка задания
Тема 2. Методы и инструменты CX-исследований	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	28	Устный опрос, проверка задания
Тема 3. Технологии продвижения в цифровых каналах на основе CX-исследований	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий Подготовка итоговой работы	24	Устный опрос, проверка задания, защита проекта

### Заочная форма



Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы ( <i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i> )	Объем в часах	Форма контроля ( <i>проверка решения задач, реферата и др.</i> )
Тема 1. Основы управления клиентским опытом	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	30	Устный опрос, проверка задания,
Тема 2. Методы и инструменты CX-исследований	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	34	Устный опрос, проверка задания,
Тема 3. Технологии продвижения в цифровых каналах на основе CX-исследований	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий Подготовка итоговой работы	30	Устный опрос, проверка задания, защита проекта

### Основная литература

1. 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, 2022. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489480>
2. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/478126>

### Дополнительная литература

1. Дью, Р. Клиентский опыт: Как вывести бизнес на новый уровень / Р. Дью, С. Аллен. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 290 с. — ISBN 978-5-961438-04-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/213995>
2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470338>
3. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2903-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425844>
4. Поведение потребителей : учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1853536>
5. Фейдер, П. Клиентоцентричность: Отношения с потребителями в цифровую эпоху / П. Фейдер, С. Томс. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 190 с. — ISBN 978-5-961440-13-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/213992>

### Учебно-методическая литература

1. Кремнева Н.Ю. Исследования и разработка СХ-стратегии продвижения : учебно-методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов для направления 42.03.01 «Реклама, связи с общественностью» всех форм обучения / Н. Ю. Кремнева. - Ульяновск : УлГУ, 2022. - 13 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/13424>.

Согласовано:

*И. Библиотечкарь*

Должность сотрудника научной библиотеки


*Шевченко Д.И.*

ФИО

подпись

дата

19.04.22

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

*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, [2022]. – 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, [2022]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2022]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - 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, [2022].

**3. Базы данных периодических изданий:**

3.1. База данных периодических изданий EastView : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2022]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2022]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. – Москва, [2022]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

**4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2022]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

**5. SMART Imagebase** : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://cbSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

**6. Федеральные информационно-образовательные порталы:**

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал . – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

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


**7. Образовательные ресурсы УлГУ:**

7.1. 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.

Зам. начальника УИТТ

 А.В. Ключикова

26.04.2022

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВО		

## 11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно- библиотечной системе.

## 12. 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.

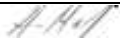
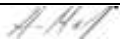
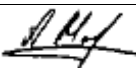
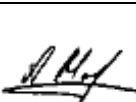
В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик



доцент Кремнева Н.Ю.

### ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		10.05.23
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Магомедов А.К.		10.05.23
3	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 3	Магомедов А.К.		14.05.24
4	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 4	Магомедов А.К.		14.05.24

## Приложение 1

### 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

#### Основная литература

1. 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>.
2. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для вузов / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16552-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531279>.

#### Дополнительная литература

1. Дью, Р. Клиентский опыт: Как вывести бизнес на новый уровень / Р. Дью, С. Аллен. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 290 с. — ISBN 978-5-961438-04-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/213995>
2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510093>.
3. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15611-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510837>.
4. Поведение потребителей : учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1853536>
5. Фейдер, П. Клиентоцентричность: Отношения с потребителями в цифровую эпоху / П. Фейдер, С. Томс. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 190 с. — ISBN 978-5-961440-13-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/213992>

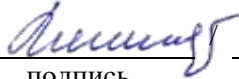
#### Учебно-методическая литература

1. Кремнева Н.Ю. Исследования и разработка СХ-стратегии продвижения : учебно-методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов для направления 42.03.01 «Реклама, связи с общественностью» всех форм обучения / Н. Ю. Кремнева. - Ульяновск : УлГУ, 2022. - 13 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/13424>.

Согласовано:

Гл. библиотекарь  
Должность сотрудника  
научной библиотеки

Шевякова И.Н.  
ФИО

  
подпись

11.05.2023  
дата



**б) Программное обеспечение**

СПС Консультант Плюс  
Система «Антиплагиат.ВУЗ»  
Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»  
ОС Microsoft Windows  
Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

**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, [2023]. – 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, [2023]. - 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, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2023]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». – Москва, [2023]. - 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, [2023].

**3. Базы данных периодических изданий:**

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

**4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

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

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

Согласовано:

Инженер ведущий / Щуренко Ю.В.

Должность, организация УНГТ

0100

010000

19.05.2023

2023

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературыосновная

1. Карасев Александр Павлович. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А.П. Карасев ; А. П. Карасев. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 315 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/511401> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-05189-6 : 1249.00. / .— ISBN 0\_495025
2. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для вузов / С.П. Азарова, С.В. Земляк, И.К. Захаренко [и др.] ; С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. - Москва : Юрайт, 2023. - 307 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/531279> (дата обращения: 22.03.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-16552-4 : 989.00. / .— ISBN 0\_502536

### дополнительная

1. Дью Р. Клиентский опыт. Как вывести бизнес на новый уровень : монография / Р. Дью, С. Аллен ; Дью Р.; Аллен С. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 290 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961424041.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-9614-2404-1. / .— ISBN 0\_263292
2. Фейдер П. Клиентоцентричность. Отношения с потребителями в цифровую эпоху : монография / П. Фейдер, С. Томс ; Фейдер П.; Томс С. - Москва : Альпина Паблишер, 2021. - 190 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961436907.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-9614-3690-7. / .— ISBN 0\_263316
3. Наумов Владимир Николаевич. Поведение потребителей : Учебник / В.Н. Наумов ; Санкт-Петербургский государственный экономический университет. - 2 ; перераб. и доп. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 345 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ВО -Бакалавриат. - Режим доступа: ЭБС Znanium; по подписке. - ISBN 978-5-16-015021-5. - ISBN978-5-16-107516-6. / .— ISBN 0\_478822

### учебно-методическая

1. Кремнева Н. Ю. Исследования и разработка СХ-стратегии продвижения : учебно-методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов для направления 42.03.01 «Реклама, связи с общественностью» всех форм обучения / Н. Ю. Кремнева. - 2022. - 13 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/13424>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0\_476058.

Согласовано:

Главный редактор

Должность сотрудника Научной библиотеки

/ Мамаева Е.П. /

ФИО



подпись

2024

дата



### 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://urnit.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. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-ur.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

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

1.7. 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 УдГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Mega-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