

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И ИННОВАЦИИ В МАРКЕТИНГЕ»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль)подготовки: Цифровой маркетинг

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Формы обучения: очная, заочная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: Очная форма обучения – 4 года
Заочная форма обучения – 4 года 6 месяца(-ев)

Объем: в зачетных единицах: 2 з.е.
в академических часах: 72 ак.ч.

г. Самара, 2026

Разработчики:

Кандидат экономических наук Юдакова О. В.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, утвержденного приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 514, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Специалист по интернет-маркетингу", утвержден приказом Минтруда России от 19.02.2019 № 95н; "Маркетолог", утвержден приказом Минтруда России от 08.11.2023 № 790н; "Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок", утвержден приказом Минтруда России от 18.10.2022 № 674н; "Специалист по организации постпродажного обслуживания и сервиса", утвержден приказом Минтруда России от 31.10.2014 № 864н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Институт маркетинга, логистики и сервиса	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Яхнеева И. В.	Рассмотрено	26.05.2026, № 10

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых компетенций освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- Изучить роль и значимость ИИ в современном маркетинге;
- Изучить ключевые инновации и технологии;
- Понять влияние ИИ на маркетинговые процессы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ОПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса

ОПК-1.1 Определяет потребность в технологических новациях и информационном обеспечении в сфере сервиса

Знать:

ОПК-1.1/Зн1 Знает методы определения потребности в технологических новациях и информационном обеспечении в сфере сервиса

Уметь:

ОПК-1.1/Ум1 Умеет определять потребности в технологических новациях и информационном обеспечении в сфере сервиса

Владеть:

ОПК-1.1/Нв1 Владеет навыками определения потребности в технологических новациях и информационном обеспечении в сфере сервиса

ОПК-1.2 Осуществляет поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в сервисную деятельность организации

Знать:

ОПК-1.2/Зн1 Знает инструменты поиска и внедрения технологических новаций и современных программных продуктов в сервисную деятельность организации

Уметь:

ОПК-1.2/Ум1 Умеет применять инструменты поиска и внедрения технологических новаций и современных программных продуктов в сервисную деятельность организации

Владеть:

ОПК-1.2/Нв1 Владеет навыками поиска и внедрения технологических новаций и современных программных продуктов в сервисную деятельность организации

ПК-3 Способен разрабатывать стратегии продвижения информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК-3.1 Осуществляет подбор каналов продвижения и формирует систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Знать:

ПК-3.1/Зн1 Знает методы подбора каналов продвижения и формирует систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Уметь:

ПК-3.1/Ум1 Умеет подбирать каналы продвижения и формировать систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Владеть:

ПК-3.1/Нв1 Владеет навыками подбора каналов продвижения и формирования системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет

ПК-3.2 Формирует систему показателей, необходимых для оценки эффективности продвижения компании в сети «Интернет»

Знать:

ПК-3.2/Зн1 Знает систему показателей, необходимых для оценки эффективности продвижения компании в сети Интернет

Уметь:

ПК-3.2/Ум1 Умеет применять систему показателей, необходимых для оценки эффективности продвижения компании в сети Интернет

Владеть:

ПК-3.2/Нв1 Владеет навыками использования системы показателей, необходимых для оценки эффективности продвижения компании в сети Интернет

ПК-5 Способен организовывать и координировать совместную деятельность сотрудников по обеспечению постпродажного обслуживания и сервиса на уровне структурного подразделения (службы, отдела)

ПК-5.1 Организует процесс анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управления взаимоотношениями с потребителями продукции

Знать:

ПК-5.1/Зн1 Знает способы организации процесса анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управления взаимоотношениями с потребителями продукции

Уметь:

ПК-5.1/Ум1 Умеет организовать процесс анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управления взаимоотношениями с потребителями продукции

Владеть:

ПК-5.1/Нв1 Владеет навыками организации процесса анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управления взаимоотношениями с потребителями продукции

ПК-5.2 Разрабатывает организационные схемы, стандарты и процедуры, а также выполняет руководство процессами постпродажного обслуживания и сервиса

Знать:

ПК-5.2/Зн1 Знает варианты организационных схем, стандартов и процедур, а также выполняет руководство процессами постпродажного обслуживания и сервиса

Уметь:

ПК-5.2/Ум1 Умеет разрабатывать варианты организационных схем, стандартов и процедур, а также выполняет руководство процессами постпродажного обслуживания и сервиса

Владеть:

ПК-5.2/Нв1 Владеет навыками разработки организационных схем, стандартов и процедур, а также выполняет руководство процессами постпродажного обслуживания и сервиса

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Искусственный интеллект и инновации в маркетинге» относится к обязательной части образовательной программы и изучается в семестре(ах): Очная форма обучения - 5, Заочная форма обучения - 6.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
ОПК-1 - Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса		
ОПК-1.1 Определяет потребность в технологических новациях и информационном обеспечении в сфере сервиса	Пакеты офисных программ, Производственная практика: организационно-управленческая практика, Технологии цифровой экономики	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Поисковый маркетинг и маркетинг в социальных сетях, Производственная практика: организационно-управленческая практика
ОПК-1.2 Осуществляет поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в сервисную деятельность организации	Пакеты офисных программ, Производственная практика: организационно-управленческая практика, Технологии цифровой экономики	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Поисковый маркетинг и маркетинг в социальных сетях, Производственная практика: организационно-управленческая практика
ПК-3 - Способен разрабатывать стратегии продвижения информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
ПК-3.1 Осуществляет подбор каналов продвижения и формирует систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Инструменты интернет-маркетинга, Консультационный проект, Маркетинг цифровых услуг	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Инструменты интернет-маркетинга, Консультационный проект, Маркетинг цифровых услуг, Моделирование и прогнозирование маркетинговой деятельности, Производственная практика: преддипломная практика
ПК-3.2 Формирует систему показателей, необходимых для оценки эффективности продвижения компании в сети «Интернет»	Инструменты интернет-маркетинга, Консультационный проект, Маркетинг цифровых услуг	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Инструменты интернет-маркетинга, Консультационный проект, Маркетинг цифровых услуг, Моделирование и прогнозирование маркетинговой деятельности, Производственная практика: преддипломная практика

ПК-5 - Способен организовывать и координировать совместную деятельность сотрудников по обеспечению постпродажного обслуживания и сервиса на уровне структурного подразделения (службы, отдела)		
ПК-5.1 Организует процесс анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управления взаимоотношениями с потребителями продукции	Консультационный проект, Маркетинг межорганизационных отношений	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Ивент технологии, Консультационный проект, Маркетинг межорганизационных отношений, Маркетинг продукта и цены, Международный маркетинг, Омниканальный маркетинг и воронка продаж, Производственная практика: преддипломная практика, Производственная практика: проектная практика, Событийный маркетинг, Социально-этический маркетинг, Управление рисками
ПК-5.2 Разрабатывает организационные схемы, стандарты и процедуры, а также выполняет руководство процессами постпродажного обслуживания и сервиса	Консультационный проект, Маркетинг межорганизационных отношений	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Ивент технологии, Консультационный проект, Маркетинг межорганизационных отношений, Маркетинг продукта и цены, Международный маркетинг, Омниканальный маркетинг и воронка продаж, Производственная практика: преддипломная практика, Производственная практика: проектная практика, Событийный маркетинг, Социально-этический маркетинг, Управление рисками

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Очная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Пятый семестр	72	2	36	18	18	0,15	17,85	Зачет
Всего	72	2	36	18	18	0,15	17,85	18

Заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Шестой семестр	72	2	4	2	2	0,15	49,85	Зачет
Всего	72	2	4	2	2	0,15	49,85	18

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий (часы промежуточной аттестации не указываются)

Очная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа
Раздел 1. Искусственный интеллект в маркетинге	24,85	8	8	8,85
Тема 1.1. Роль и значение ИИ в маркетинге	12,85	4	4	4,85
Тема 1.2. Новые возможности ИИ в маркетинге	12	4	4	4
Раздел 2. Инновации в маркетинговой деятельности	29,15	10	10	9
Тема 2.1. Понятие и содержание инновационного маркетинга	16	4	4	8
Тема 2.2. Виды инноваций в маркетинговой деятельности	13,15	6	6	1

Заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа

Раздел 1. Искусственный интеллект в маркетинге	21,85	1	1	19,85
Тема 1.1. Роль и значение ИИ в маркетинге	10,85	1		9,85
Тема 1.2. Новые возможности ИИ в маркетинге	11		1	10
Раздел 2. Инновации в маркетинговой деятельности	32,15	1	1	30
Тема 2.1. Понятие и содержание инновационного маркетинга	21	1		20
Тема 2.2. Виды инноваций в маркетинговой деятельности	11,15		1	10

5.2. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля/Оценочное средство
Текущий контроль	Тестирование
Промежуточная аттестация	Зачет

№ п/п	Наименование раздела	Вид контроля/ используемые оценочные материалы	
		Текущий	Промежут. аттестация
1	Искусственный интеллект в маркетинге	Тестирование	Зачет
2	Инновации в маркетинговой деятельности	Тестирование	Зачет

6. Оценочные материалы текущего контроля

1. Искусственный интеллект в маркетинге Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Производитель сладостей выпустил партию шоколадной пасты, где каждая из 7 млн упаковок имеет уникальный дизайн, разработанный нейросетью. А) Верно Б) Неверно		ПК-3
	Ответ:	Б) Неверно	
2	В стриминговом сервисе появился отдел, который публикует треки без авторских прав. А все потому, что автор музыкальных композиций – искусственный интеллект. А) верно Б) неверно		ПК-3
	Ответ:	А) верно	
3	Стриминговый сервис фильмов и сериалов анализирует активность пользователей в поисковиках и соцсетях, чтобы предлагать контент, который созвучен их представлениям о себе, жизненной ситуации и чувству юмора. А) верно Б) неверно		ПК-3
	Ответ:	А) верно	
4	Автоконцерны предлагают полноценный 3D тест-драйв автомобиля, не выходя из дома А) верно Б) неверно		ПК-3
	Ответ:	А) верно	
5	С помощью камер видеонаблюдения и ИИ-технологий ритейлеры анализируют поведение покупателей, чтобы увеличить продажи и улучшить клиентский сервис. А) верно Б) неверно		ПК-3

	Ответ:	А) верно	
6	Сеть кофеен интегрировала в приложение голосового помощника. С его помощью можно разместить и изменить заказ, а также выбрать кофейню, чтобы забрать напитки. А) верно Б) неверно	ПК-5	
	Ответ:	А) верно	
7	Производитель продуктов питания увеличил продажи на 1500% с помощью ИИ-генератора изображений. А) верно Б) неверно	ПК-5	
	Ответ:	Б) неверно	
8	С помощью ИИ-технологий ритейлер спортивных товаров анализирует эмоциональный интеллект и черты характера различных сегментов аудитории, чтобы добавить рекламным коммуникациям эмоциональной глубины. А) верно Б) неверно	ПК-5	
	Ответ:	Б) неверно	
9	Для увеличения продаж владельцы магазинов распыляют в торговых залах гормон окситоцин, который стимулирует доверие и щедрость. А) верно Б) неверно	ПК-5	
	Ответ:	Б) неверно	
10	С помощью ИИ ритейлер косметических средств подбирает уходовую и декоративную косметику по фотографии лица А) верно Б) неверно	ПК-5	
	Ответ:	Б) неверно	

2. Инновации в маркетинговой деятельности Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Что такое диффузия инноваций? а) Процесс создания нового продукта; б) Распространение и тиражирование инновации на рынке; в) Защита интеллектуальной собственности.		ОПК-1
	Ответ:	б) Распространение и тиражирование инновации на рынке;	
2	Какой этап следует после поисковых научно-исследовательских работ в классическом инновационном цикле? а) Разработка прототипа; б) Прикладные исследования и разработки; в) Коммерциализация.		ОПК-1
	Ответ:	а) Разработка прототипа	
3	Что является ключевой задачей инновационного маркетинга? а) Снижение издержек производства; б) Формирование позитивного восприятия нового продукта у потребителей; в) Расширение дилерской сети.		ОПК-1
	Ответ:	б) Формирование позитивного восприятия нового продукта у потребителей	
4	Как классифицируют инновации по степени новизны для рынка? а) Продуктовые, процесные, маркетинговые; б) Базисные и улучшающие; в) Внутренние и внешние.		ОПК-1
	Ответ:	а) Продуктовые, процесные, маркетинговые	
5	Что входит в комплекс маркетинга инноваций? а) Товар, цена, распределение, продвижение; б) Исследования, разработки, производство, сбыт; в) Анализ конкурентов, сегментация рынка, планирование бюджета.		ОПК-1
	Ответ:	б) Исследования, разработки, производство, сбыт	

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Зачет пятый семестр - очная (шестой семестр - заочная)

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Понятие инновационного маркетинга		ПК-3
	Ответ:	Определение и сущность: деятельность, направленная на исследование и продвижение инновационного продукта, формирование или выявление спроса.	
2	Отличия маркетинга инноваций от классического.		ПК-5
	Ответ:	Анализ ключевых различий: неопределённость спроса, отсутствие прямых конкурентов, высокие риски, образовательная функция для потребителя	
3	Стратегический и оперативный инновационный маркетинг.		ОПК-1

	Ответ:	Сравнительная характеристика: стратегический формирует портфель инноваций и рыночную стратегию, оперативный — реализует конкретные действия	
4	Виды инновационного маркетинга		ПК-3
	Ответ:	Классификация по различным критериям (по масштабу, инструментам, целям)	
5	Мотивация в инновационном процессе.		ПК-5
	Ответ:	Мотивы создания, продажи и покупки инноваций на потребительском и промышленном рынках	
6	Что такое ИИ в маркетинге?		ПК-5
	Ответ:	Дайте определение и поясните суть применения алгоритмов машинного обучения для автоматизации процессов и повышения эффективности маркетинговых кампаний.	
7	Какие ключевые технологии ИИ используются в маркетинге?		ПК-5
	Ответ:	Перечислите и кратко охарактеризуйте: машинное обучение, обработка естественного языка (NLP), компьютерное зрение, предиктивная аналитика.	
8	В чём принципиальное отличие AI-маркетинга от традиционного и автоматизированного?		ОПК-1
	Ответ:	Сравните подходы по критериям: сегментация аудитории, принятие решений, масштабируемость.	
9	Что такое генеративный ИИ в контексте маркетинга?		ОПК-1
	Ответ:	Опишите его возможности: генерация текстов, изображений, видео, музыки.	
10	Какие риски связаны с внедрением ИИ в маркетинг?		ПК-3
	Ответ:	Обсудите этические аспекты, проблему «галлюцинаций» моделей, риски для конфиденциальности данных.	

7.1. Уровни овладения

Компетенция: ОПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса.

Индикатор достижения компетенции: ОПК-1.1 Определяет потребность в технологических новациях и информационном обеспечении в сфере сервиса.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Индикатор достижения компетенции: ОПК-1.2 Осуществляет поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в сервисную деятельность организации.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100

Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Компетенция: ПК-3 Способен разрабатывать стратегии продвижения информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Индикатор достижения компетенции: ПК-3.1 Осуществляет подбор каналов продвижения и формирует систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Индикатор достижения компетенции: ПК-3.2 Формирует систему показателей, необходимых для оценки эффективности продвижения компании в сети «Интернет».

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80

Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Компетенция: ПК-5 Способен организовывать и координировать совместную деятельность сотрудников по обеспечению постпродажного обслуживания и сервиса на уровне структурного подразделения (службы, отдела).

Индикатор достижения компетенции: ПК-5.1 Организует процесс анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управления взаимоотношениями с потребителями продукции.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Индикатор достижения компетенции: ПК-5.2 Разрабатывает организационные схемы, стандарты и процедуры, а также выполняет руководство процессами постпродажного обслуживания и сервиса.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Инновационный маркетинг: учебник для вузов / С. В. Карпова, С. П. Азарова, А. А. Арский [и др.] - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 474 с - 978-5-534-13282-3. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/582996> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Маркетинг инноваций: учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов, Д. С. Евстафьев, М. Б. Лялина [и др.] - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 465 с - 978-5-9916-4775-5. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/589904> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

2. Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг: учебник для вузов / Е. С. Милинчук. - Москва: Юрайт, 2026. - 216 с - 978-5-534-17395-6. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/589325> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

Не используются.

Ресурсы «Интернет»

1. <https://www.economy.gov.ru/> - Министерство экономического развития Российской Федерации (Минэкономразвития России)

2. <https://национальныепроекты.рф> - Национальные проекты России

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

1. Microsoft Office 2016 ;

2. Marketing-Expert;

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

1. Справочно-правовая система "Гарант-Максимум";

2. Справочно-правовая система "Консультант Плюс";

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СІ

Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения