

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр заочного и дистанционного обучения



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
Проф. Д.А. Таюрский



_____» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Прикладные маркетинговые исследования

Направление подготовки: 38.03.01 - Экономика

Профиль подготовки: Бухгалтерский учет, анализ и аудит (реализация с применением дистанционных технологий)

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очно-заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2021

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Рольбина Е.С. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), Elena.Rolbina@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач;
ОПК-5	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- называет цели, задачи маркетингового исследования
- перечисляет виды и направления маркетинговых исследований
- определяет перечень документации, необходимой для организации и проведения маркетингового исследования
- перечисляет методы маркетинговых исследований
- перечисляет этапы проведения маркетинговых исследований
- перечисляет критерии сегментации
- называет современные технические средства и методы проведения сегментации потребителей

Должен уметь:

- самостоятельно разрабатывает план проведения маркетингового исследования и техническое задание
- самостоятельно проводит маркетинговое исследование
- проводит предварительную сегментацию потребителей, используя современные технические средства
- разрабатывает структуру сайта и настраивает рекламную кампанию, опираясь на результаты сегментации потребителей

Должен владеть:

- самостоятельно принимает управленческие решения, опираясь на результаты проведенного маркетингового исследования

Должен демонстрировать способность и готовность:

-

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "ФТД.ДВ.01.09.03 Факультативные дисциплины" основной профессиональной образовательной программы 38.03.01 "Экономика (Бухгалтерский учет, анализ и аудит (реализация с применением дистанционных технологий))" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 5 курсе в 10 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) на 72 часа(ов).

Контактная работа - 18 часа(ов), в том числе лекции - 0 часа(ов), практические занятия - 18 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 54 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 10 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Се- местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само- стоя- тель- ная ра- бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи- ческие занятия, всего	Практи- ческие в эл. форме	Лабора- торные работы, всего	Лабора- торные в эл. форме	
1.	Тема 1. Разработка документации и планирование маркетингового исследования	10	0	0	2	0	0	0	6
2.	Тема 2. Разработка и согласование анкеты. Оценка генеральной совокупности и определение объема выборки	10	0	0	2	0	0	0	6
3.	Тема 3. Организация сбора данных	10	0	0	2	0	0	0	6
4.	Тема 4. Обработка полученных данных, составление отчета	10	0	0	4	0	0	0	12
5.	Тема 5. Презентация результатов маркетингового исследования	10	0	0	2	0	0	0	6
6.	Тема 6. Сегментация потенциальных потребителей с целью создания продающего сайта и настройки эффективной рекламы	10	0	0	2	0	0	0	6
7.	Тема 7. Практика создания продающего сайта, как результат сегментации	10	0	0	2	0	0	0	6
8.	Тема 8. Практика эффективной настройки контекстной рекламы, как результат сегментации	10	0	0	2	0	0	0	6
	Итого		0	0	18	0	0	0	54

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Разработка документации и планирование маркетингового исследования

Тема 1. Разработка документации и планирование маркетингового исследования

Выявление проблематики. Формулировка целей и задач маркетингового исследования, как результат построения дерева факторов. Выдвижение гипотез. Разработка технического задания на проведение маркетингового исследования. Разработка календарного графика работ по подготовке и проведению маркетингового исследования.

Тема 2. Разработка и согласование анкеты. Оценка генеральной совокупности и определение объема выборки

Тема 2. Разработка и согласование анкеты. Оценка генеральной совокупности и определение объема выборки

1. Преподаватель знакомит слушателей с правилами составления анкет: 10 основных правил, виды вопросов в анкете, структура анкеты. Демонстрирует примеры удачных и неудачных анкет, совместно со слушателями разбирает ошибки.

2. На основе полученной информации слушатели самостоятельно разрабатывают анкеты на 15-20 вопросов.

Изучение методов формирования выборки: математические, логические, практические. На основе полученной информации слушатели формируют выборку для предстоящего маркетингового исследования.

Тема 3. Организация сбора данных

Тема 3. Организация сбора данных

Преподаватель дает сравнительную характеристику традиционного метода проведения опроса и онлайн-анкетирования. Знакомит слушателей с сервисами для организации онлайн опросов google формы, Survio и др.

Выбрав один из описанных инструментов слушатели заливают разработанную анкету и запускают опрос.

Тема 4. Тема 4. Обработка полученных данных, составление отчета

Тема 4. Обработка полученных данных, составление отчета

Слушатели обрабатывают собранные данные, делают выводы.

Полученные результаты оформляют в форме отчета на бумажном носителе и готовят презентацию в Power Point на 15-20 слайдов с основными выдержками из отчета.

Презентацию защищают перед другими слушателями и преподавателем. Время доклада 5-7 минут.

Тема 5. Тема 5. Презентация результатов маркетингового исследования

Тема 5. Презентация результатов маркетингового исследования

Каждый слушатель (группа слушателей) защищают свою презентацию перед преподавателем и участниками других групп. На защиту и ответы на вопросы одной презентации отводится 15 мин. Вопросы могут задавать как участники других команд, так и преподаватель.

Критерии оценки: лаконичность доклада, качество презентации, умение отвечать на вопросы

Тема 6. Тема 6. Сегментация потенциальных потребителей с целью создания продающего сайта и настройки эффективной рекламы

Тема 6. Сегментация потенциальных потребителей с целью создания продающего сайта и настройки эффективной рекламы

Сегментация потенциальных потребителей на основе анализа ключевых запросов. Используемые программные продукты:

1. wordstat.yandex - Статистика ключевых слов на Яндекс
2. Мультипликатор конструктора сайтов Воздух - сбор и сегментация ключевых слов
3. Key Collector - сбор и анализ ключевых запросов

Тема 7. Тема 7. Практика создания продающего сайта, как результат сегментации

Тема 7. Практика создания продающего сайта, как результат сегментации

На базе конструктора сайтов - Воздух слушателям предлагается создать собственный сайт, наполнить страниц сайта продающим контентом, оптимизировать страницы сайта по собранным ключевым запросам

Созданный сайт демонстрируется преподавателю у другим слушателям. Производится совместная оценка его удобства

Тема 8. Тема 8. Практика эффективной настройки контекстной рекламы, как результат сегментации

Тема 8. Практика эффективной настройки контекстной рекламы, как результат сегментации

С помощью инструментов конструктора сайтов - Воздух слушателям предлагается подготовить пул рекламных компаний для привлечения потенциальных клиентов. В ходе обучения слушатель получит навыки настройки контекстной рекламы в Яндекс.Директ и Google addwords, банерной рекламы, рекламы по геопозиции клиентов.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;
- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Конструктор сайтов Воздух - <https://airfb.ru>

Статистика ключевых запросов Яндекс - <https://wordstat.yandex.ru/>

Яндекс.Директ - <https://direct.yandex.ru>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	В рамках практических занятий студенты выполняют одну из 3-х форм контроля: отчет дискуссия проверка практических навыков Перечень вопросов или описание задания выдается преподавателем слушателю заранее. При необходимости поясняются особенности выполнения задания или описываются необходимые мероприятия предварительной подготовки.
самостоятельная работа	Самостоятельная работа выполняется обучающимся без конкретного контакта с преподавателем. Самостоятельная работа может включать в себя предварительную подготовку обучающегося к семинарскому занятию или завершение выполнения задания, начатого в рамках семинарского занятия. Для выполнения самостоятельного блока обучающийся может пользоваться рекомендуемой литературой

Вид работ	Методические рекомендации
зачет	Первая часть зачета - решение задач. Каждый обучающийся решает одну задачу. Максимум за решение задачи можно получить 20 баллов. При решении задачи обучающемуся разрешается использовать калькулятор. Лекционные материалы, материалы основной и дополнительной литературы и какие-либо другие источники информации к использованию не допускаются. На решение задачи отводится 30 мин. Типовые задачи заранее предлагаются преподавателем для подготовки.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.01 "Экономика" и профилю подготовки "Бухгалтерский учет, анализ и аудит (реализация с применением дистанционных технологий)".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
ФТД.ДВ.01.09.03 Прикладные маркетинговые исследования

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 38.03.01 - Экономика

Профиль подготовки: Бухгалтерский учет, анализ и аудит (реализация с применением дистанционных технологий)

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очно-заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2021

Основная литература:

1. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования: Учебник / Б.Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр: НИЦ Инфра-М, 2013. - 512 с. ISBN 978-5-9776-0175-7. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/392041>
2. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 392 с. ISBN 978-5-905554-08-7. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/362356>
3. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. - Москва : Дашков и К, 2017. - 296 с. (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01470-3. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/336541>

Дополнительная литература:

1. Зайцев, А. Г. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / А.Г. Зайцев, Е.В. Такмакова - Москва : ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 88 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-369-01444-8. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/500604>
2. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. - 2-е изд., доп. - Москва : Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. - 368 с. ISBN 978-5-9558-0233-6. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/351385>
3. Гришина, В. Т. Маркетинговые исследования: Практикум / В.Т. Гришина. - Москва : Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 58 с. ISBN 978-5-9558-0348-7. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/436043>
4. Герасимов, Б. И. Маркетинговые исследования рынка: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. - 2-е изд. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с.: ил.; . - (Профессиональное образование). ISBN 978-5-91134-811-3. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/418464>

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
ФТД.ДВ.01.09.03 Прикладные маркетинговые исследования

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 38.03.01 - Экономика

Профиль подготовки: Бухгалтерский учет, анализ и аудит (реализация с применением дистанционных технологий)

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очно-заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2021

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.