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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
Проф. Д.А. Таюрский
_____ « 01 » июня 2021 г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Анализ маркетинговой деятельности

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент
Профиль подготовки: Маркетинг
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очное
Язык обучения: русский
Год начала обучения по образовательной программе: 2022

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

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Программу дисциплины разработал(а)(и): доцент, к.н. (доцент) Белобородова А.Л. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), ALBeloborodova@kpfu.ru ; 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
ПК-4	Способен осуществлять подготовку и проводить маркетинговые исследования на основе использования системы маркетинговой информации для совершенствования инструментов комплекса маркетинга и разработки конкурентной стратегии

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

-- цели и задачи анализа маркетинговой деятельности,

- характеристику методов и видов анализа на основе использования системы маркетинговой информации;
- классификацию и состав затрат на маркетинг;
- методы анализа товарных стратегий;
- стратегии, методы ценообразования и методы оценки эффективности стратегий;
- виды и характеристики каналов сбыта;
- характеристики средств продвижения и специфику их использования в различных сферах деятельности;
- характеристики методов исследования прибыльности рынков, сегментов по структуре и в динамике.
- знать теоретические и методические основы проведения маркетинговых исследований

Должен уметь:

-- применять методы оценки товарного портфеля;

- разрабатывать ценовые стратегии и применять методы ценообразования на товары, услуги;
- проводить анализ выполнения договорных обязательств и оценку эффективности каналов сбыта;
- формировать затраты ATL и BTL;
- выполнять позиционирование рынков, сегментов по всем основным показателям.

Должен владеть:

- методами оптимизации товарного портфеля организации для разработки конкурентной стратегии;
- оценкой эффективности стратегий ценообразования;
- методикой обоснования выбора канала сбыта в целях совершенствования инструментов комплекса маркетинга и разработки конкурентной стратегии;
- оценкой эффективности средств продвижения и оптимизацией бюджета продвижения;
- оптимизацией работы с рынками, сегментами;
- оценкой эффективности маркетинговой деятельности в целях разработки и оптимизации конкурентной стратегии.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.03.02 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 "Менеджмент (Маркетинг)" и относится к дисциплинам по выбору части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Осваивается на 4 курсе в 7 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

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 48 часа(ов), в том числе лекции - 24 часа(ов), практические занятия - 24 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 60 часа(ов).

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

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 7 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	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Самостоятельная работа
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практические занятия, всего	Практические в эл. форме	Лабораторные работы, всего	Лабораторные в эл. форме	
1.	Тема 1. Тема 1. Содержание, цели и задачи экономического анализа маркетинговой деятельности. Методы и виды анализа.	7	4	0	4	0	0	0	10
2.	Тема 2. Тема 2. Анализ товарной политики	7	4	0	4	0	0	0	10
3.	Тема 3. Тема 3. Анализ ценовой политики	7	4	0	4	0	0	0	10
4.	Тема 4. Тема 4. Анализ политики сбыта	7	4	0	4	0	0	0	10
5.	Тема 5. Тема 5. Анализ политики продвижения	7	4	0	4	0	0	0	10
6.	Тема 6. Тема 6. Оценка эффективности маркетинговых проектов	7	4	0	4	0	0	0	10
	Итого		24	0	24	0	0	0	60

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Тема 1. Содержание, цели и задачи экономического анализа маркетинговой деятельности. Методы и виды анализа.

Роль, цели и задачи экономического анализа в организации практической маркетинговой деятельности.

Объект и предмет анализа маркетинговой деятельности.

Целевая ориентация маркетинга.

Направления и задачи маркетингового анализа.

Основные этапы анализа маркетинговой деятельности.

Методы и виды анализа.

Тема 2. Тема 2. Анализ товарной политики

Анализ товарной стратегии.

Исследование товарного портфеля.

Анализ объемов и структуры выпускаемой продукции. Динамика показателей: объемы выпуска и реализации продукции.

Анализ номенклатуры продукции.

Использование АВС - анализа в качестве инструмента оптимизации номенклатуры.

Технология проведения АВС - анализа.

Тема 3. Тема 3. Анализ ценовой политики

Анализ ценовых стратегий.

Анализ методов ценообразования.

Анализ факторов, влияющих на ценообразование.

Исходная информация для анализа цен и спроса.

Мониторинг рыночных цен и анализ среднего уровня цен на специализированных рынках и на отдельные виды товаров.

Анализ конкурентоспособности цены.

Анализ и обоснование уровня скидок.

Тема 4. Тема 4. Анализ политики сбыта

Анализ выполнения договорных обязательств и реализации продукции.

Баланс товарной продукции.

Оценка эффективности каналов сбыта по пропускной способности, численности занятых, структуре запасов, охвату рынка и рентабельности.

Анализ работы с посредниками.

Методика обоснования выбора канала сбыта.

Тема 5. Тема 5. Анализ политики продвижения

Средства продвижения и специфика их использования в различных сферах деятельности.

Затраты ATL и BTL.

Оценка эффективности средств продвижения.

Актуальные средств продвижения.

Оценка эффективности влияния коммуникаций на целевую аудиторию.

Оценка экономической эффективности.

Оптимизация бюджета продвижения.

Тема 6. Тема 6. Оценка эффективности маркетинговых проектов

Методы и подходы к оценке эффективности маркетинговой деятельности.

Расчет затрат на маркетинговые мероприятия.

Определение ожидаемой прибыли от маркетинговых мероприятий.

Сравнительный анализ затрат и прибыльности текущих маркетинговых решений.

Анализ затрат и показателей эффективности долгосрочных маркетинговых решений.

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 науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

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)

Анализ маркетинговой деятельности - https://spravochnick.ru/marketing/marketingovaya_deyatelnost/analiz_marketingovoy_deyatelnosti/

Обзор российских рынков за июль 2021. - https://generalinvest.ru/analytics/obzor-rossiiskih-rinkov-07-2021.html

ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ - https://www.sgu.ru/sites/default/files/documents/2017/chelnokova_porezanova_ekonomika_otraslevyh_rynkov_uchebnoe_posobie_2016_

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

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Лекционный материал и указанные литературные источники по соответствующей теме необходимо изучить до посещения соответствующего лекционного занятия, так как лекция в аудитории предполагает раскрытие актуальных и проблемных вопросов рассматриваемой темы, а не содержания лекционного материала. Таким образом, для понимания того, что будет сказано на лекции, необходимо получить базовые знания по теме, которые содержатся в лекционном материале.

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	Практическое занятие по дисциплине является аудиторным занятием, в процессе которого преимущественно осуществляется отработка навыков использования программного обеспечения для решения маркетинговых задач, а также контроль знаний, полученных студентом самостоятельно. В связи с этим такое занятие начинается либо с выполнения практического задания, либо с контрольной работы, которая может проводиться по: лекционному материалу темы, литературным источникам, указанным по данной теме заданиям для самостоятельной работы. В связи с этим подготовка к практическому занятию заключается в том, чтобы до практического занятия : изучить лекционный материал и указанные по теме литературные источники выполнить задания для самостоятельной работы.
самостоя-тельная работа	Самостоятельная работа наряду с аудиторной представляет одну из форм учебного процесса и является существенной его частью. Для ее успешного выполнения необходимы планирование и контроль со стороны преподавателей, а также планирование объема самостоятельной работы в учебных планах специальностей профилирующими кафедрами, учебной частью, методическими службами учебного заведения. СРС предназначена не только для овладения каждой дисциплиной, но и для формирования навыков самостоятельной работы вообще, в учебной, научной, профессиональной деятельности, способности принимать на себя ответственность, самостоятельно решить проблему, находить конструктивные решения, выход из кризисной ситуации и т. д.
зачет	Зачет нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Зачет проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.

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.

Компьютерный класс.

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 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки "Маркетинг".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.03.02 Анализ маркетинговой деятельности

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент
Профиль подготовки: Маркетинг
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очное
Язык обучения: русский
Год начала обучения по образовательной программе: 2022

Основная литература:

1. 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.: -Текст: электронный. - URL: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=418464 (дата обращения: 22.05.2021)

2. Казакова Н.А. Маркетинговый анализ : Учеб. Пособие / Н.А.Казакова. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 240 с. - (Высшее образование: бакалавриат) .-Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/read?id=8032 (дата обращения: 22.05.2021)

3. Егоров Ю.Н. Управление маркетингом : Учебник / Ю.Н.Егоров. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 238 с. + Доп. материалы. -Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/read?id=45381 (дата обращения: 22.05.2021)

4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : Учеб. пособие / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Н.А. Нагапетьянца. - 2-е изд. перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 282 с. - (Вузовский учебник). -Текст: электронный. - URL:https://znanium.com/read?id=209227 (дата обращения: 22.05.2021)

Дополнительная литература:

1. Дрогобыцкий И.Н. Системный анализ в экономике : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 'Экономика' / И.Н. Дрогобыцкий. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 607 с. -Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/read?id=340549 (дата обращения: 22.05.2021)

2. Токарев Б.Е.Маркетинговые исследования : Учебник / Б.Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2013. - 512 с.: 60x90 1/16. (переплет). -Текст: электронный. - URL:

http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=392041 (дата обращения: 22.05.2021)

3. Рольбина, Елена Сергеевна. Маркетинговые исследования, сегментация, позиционирование: учебное пособие по направлению 'Менеджмент' / Е. С. Рольбина; М-во образования и науки РФ, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования 'Казан. гос. финанс.-экон. ин-т' .- Казань : [Изд-во КГФЭИ], 2010 .- 210 с. : ил. ; 20.- Библиогр.: с. 196-199 (51 назв)

4. Рой Л.В. Анализ отраслевых рынков : Учебник / Л.В. Рой, В.П. Третьяк. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 442 с.: 60x90 1/16. - (Учебники экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова). (п) -Текст: электронный. - URL:

http://znanium.com/bookread2.php?book=137163 (дата обращения: 22.05.2021)

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.03.02 Анализ маркетинговой деятельности

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

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2022

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.