

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет - ЭКОНОМИЧЕСКИЙ

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования первый
проректор



Т.А. Хагуров

подпись

«25» мая 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДЭ.02.01 Маркетинг консалтинговых услуг и продуктов

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 38.04.02. Менеджмент
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация «Управление маркетингом в цифровой экономике»
(наименование направленности (профиля) / специализации)

Форма обучения очная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация магистр

Краснодар 2022

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг консалтинговых услуг и продуктов» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Программу составил: Л.А. Воронина,
профессор кафедры мировой экономики и менеджмента,
д-р., экон. наук, профессор

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг консалтинговых услуг и продуктов» утверждена на заседании кафедры мировой экономики и менеджмента Протокол заседания кафедры № 7 от 12 мая 2022 г.

Заведующий кафедрой Шевченко И.В. _____

Утверждена на заседании УМК экономического факультета протокол № 10 от 12 мая 2022

Председатель УМК Дробышевская Л.Н. _____

Рецензент:

Зенченко О.В. генеральный директор ООО «Династия ПР» _____

Костецкий А.Н. к.э.н., доцент, зав. кафедрой маркетинга и торгового дела _____

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины заключается в формировании у обучающихся системного представления освоение магистрантами методов и инструментов маркетинга консалтинговых услуг и продуктов; ориентация лиц, имеющих начальную аналитико-экономическую подготовку, на углубленное изучение современных методологических подходов и методов, применяемых в процессе подготовки, принятия и реализации эффективных управленческих решений, расширении знаний по современным оптимизационным методам в маркетинге консалтинговых услуг и моделям прогнозирования, формировании навыков их практического применения в консалтинговых компаниях.

1.2 Задачи дисциплины

формирование знаний основных теоретических положений, концепций, методологических подходов, определяющих структуру и логику подготовки и реализации маркетинговых программ в консалтинговых компаниях с учетом особенностей консалтинговых услуг и продуктов;

формирование умений и навыков практики стратегического и тактического маркетинга с целью продвижения услуг и продуктов консалтинговых компаний в Интернете;

обоснования ключевых факторов успеха маркетинговых программ консалтинга ;

изучение методов сбора, анализа и интерпретации полученной в ходе исследования информации;

развитие навыков применения основных инструментальных средств и технологий сбора, анализа и представления маркетинговых исследований рынка консалтинговых услуг, формирование знаний методов проведения исследований в области менеджмента, умений и навыков обоснования актуальности избранной темы исследования с применением современных управленческих решений, моделей и алгоритмов их реализации

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг консалтинговых услуг и продуктов» относится к элективной части Блока 2 "Элективные дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет. Предшествующие дисциплины для изучения данной дисциплины: «Бизнес-модели и стратегическое управление», «Информационно-аналитические системы в менеджменте», «Теория и практика межкультурных коммуникаций», «Теория и методология современного маркетинга», «Организация предпринимательской деятельности и бизнес-планирование», «управление персоналом». Знания, полученные в процессе освоения дисциплины, послужат базой для изучения дисциплин «Управление изменениями в VUCA-мире», «Научно-исследовательский семинар», «Научно-исследовательская работа».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|---|-----------------------------------|
|---|-----------------------------------|

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|--|--|
| <p>ИПК-3.1</p> <p>Использует формы и методы проведения деловых переговоров в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> | <p>Знает методы проведения деловых переговоров с использованием инструментов Интернет - маркетинга</p> |
| | <p>Умеет анализировать получаемую от заказчика исследования информацию и выявлять его ожидания и требования</p> |
| | <p>Владеет навыками Определения целей продвижения продуктов и услуг в сети интернет</p> |
| <p>ИПК-3.4</p> <p>Формирует и обосновывает бюджет продвижения информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> | <p>Знает методы и особенности расчетов бюджета проекта по продвижению продуктов и услуг в цифровой среде</p> |
| | <p>Умеет вычислять экономический эффект от реализации исследовательских результатов для стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика</p> |
| | <p>Владеет навыками Оценки финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта от реализации стратегии продвижения консалтингового проекта в сфере маркетинга</p> |
| <p>ИПК-3.5</p> <p>Демонстрирует способность использовать инструменты контроля стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> | <p>Знает основные методики контроля результатов стратегии продвижения в Интернет –сети</p> |
| | <p>Умеет на основе консалтингового проекта взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта</p> |
| | <p>Владеет способностями для осуществления контроля за реализацией консалтингового проекта</p> |
| <p>ИПК-3.6</p> <p>Демонстрирует способность использовать методы формирования отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-</p> | <p>Знает методы и алгоритм формирования отчетности для заказчика по консалтинговым проектам</p> |
| | <p>Умеет согласовывать отчеты для заказчика в рамках выполненного консалтингового проекта</p> |

| | |
|---|---|
| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
| телекоммуникационной сети «Интернет» | |
| | <i>Владеет навыками</i> корректировки стратегии продвижения консалтингового проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» совместно с заказчиком |

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

| Виды работ | Всего часов | Форма обучения | | | |
|--|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | | очная | | заочная | |
| | | 1 семестр (часы) | 2 семестр (часы) | 1 семестр (часы) | 2 семестр (часы) |
| Контактная работа, в том числе: | | | 24, 2 | 18 | 10,3 |
| Аудиторные занятия (всего): | | | 24 | | |
| занятия лекционного типа | | | 6 | | |
| лабораторные занятия | | | | | |
| практические занятия | | | | | |
| семинарские занятия | | | 18 | | |
| Иная контактная работа: | | | 0, 2 | | |
| КРП | | | | | |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | | 0,2 | | |
| Самостоятельная работа, в том числе: | | | 47,8 | | |
| Курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка) | | | | | |
| Расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка) | | | | | |
| Реферат/эссе (подготовка) | | | 13 | | |
| Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям и т.д.) | | | 34, 8 | | |
| Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| Контроль: | | | | | |
| Подготовка к зачету | | | | | |
| Общая трудоемкость | час. | | 72 | | |
| | в том числе контактная | | 24,2 | | |

| | | | | | | |
|--|---------|--|--|---|--|--|
| | работа | | | | | |
| | зач. ед | | | 2 | | |

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые во 2 семестре (*очная форма обучения*)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|-----------|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1. | Особенности маркетинга консалтинговых услуг.. | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| 2. | История возникновения консалтинга и карта рынка консалтинга. | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| 3. | Ключевые факторы успеха консалтинга и стратегия развития. Постановка системы маркетинга в консалтинговых компаниях | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| 4. | Практика стратегического и тактического маркетинга для консалтинговых компаний | 8 | | 4 | | 4 |
| 5. | Мотивация консультантов для участия в маркетинговых программах . | 6 | | 4 | | 4 |
| 6. | Каналы привлечения клиентов для консалтинга и продвижения консалтинговых услуг и продуктов в сети интернет. | 13, 8 | | 4 | | 9,, 8 |
| | ИТОГО по разделам дисциплины | 71,8 | 6 | 18 | | 47,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

| № | Наименование раздела (темы) | Содержание раздела (темы) | Форма текущего контроля |
|---|--|---|-------------------------|
| | Особенности маркетинга консалтинговых услуг. | Основные особенности : неосязаемость; неотделимость от источника; непостоянство качества; несохраняемость | блиц-опрос |
| | История возникновения консалтинга и карта рынка консалтинга. | Большая четверка на рынке консалтинга и их роль в развитии отрасли. Предпосылки обращения к консультантам. Предметные области консалтинга. Жизненный цикл консалтинговой услуги | блиц-опрос |
| | Ключевые факторы успеха консалтинга и стратегия развития. | Система управления персоналом. Маркетинговые программы. Оценка эффективности в консалтинговых компаниях. Особенности маркетингового процесса | блиц-опрос |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | Постановка системы маркетинга в консалтинговых компаниях | | |
|--|--|--|--|

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы)

| № | Наименование раздела (темы) | Тематика занятий/работ | Форма текущего контроля |
|----|--|--|---|
| 1. | Особенности маркетинга консалтинговых услуг. | Основные особенности : неосвязаемость; неотделимость от источника; непостоянство качества; несохраняемость | Р, Э, РГР эссе |
| 2. | История возникновения консалтинга и карта рынка консалтинга | Большая четверка на рынке консалтинга и их роль в развитии отрасли. Предпосылки обращения к консультантам. Предметные области консалтинга. Жизненный цикл консалтинговой услуги | Р, Э, РГР эссе |
| 3. | Ключевые факторы успеха консалтинга и стратегия развития. Постановка системы маркетинга в консалтинговых компаниях | Система управления персоналом. Маркетинговые программы. Оценка эффективности в консалтинговых компаниях. Особенности маркетингового процесса | Р, Э, РГР Электронные таблицы и хранилище данных |
| 4. | Практика стратегического и тактического маркетинга для консалтинговых компаний | Постановка системы маркетинга. План – график маркетинговых программ в консалтинге. Стратегия маркетинга в консалтинге. Виды стратегий. | Р, Э, РГР опрос |
| 5. | Мотивация консультантов для участия в маркетинговых программах | Мотивация консультантов и оценка труда маркетологов в консалтинговых компаниях | 6. Р, Э, РГР 7. Научная статья |
| 6 | Каналы привлечения клиентов для консалтинга и продвижения консалтинговых услуг и продуктов в сети интернет | Каналы привлечения существующих клиентов. Социальное взаимодействие с клиентами. Каналы привлечения новых клиентов. Первичные и вторичные тактики привлечения клиентов. Ценообразование, торговая марка. | Р, Э, РГР презентация |

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов) – курсовые не предусмотрены

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

| № | Вид СРС | Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы |
|----|---|---|
| 1 | Занятия лекционного и семинарского типа | Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya |
| 2 | Подготовка эссе, рефератов, курсовых работ. | Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya |
| 3 | Выполнение самостоятельной работы обучающихся | Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya |
| 4 | Выполнение расчетно-графических заданий | Методические указания по выполнению расчетно-графических заданий. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya |
| 10 | Интерактивные методы обучения | Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya |

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Методология научных исследований»

Оценочные средства включают контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме доклада-презентации по проблемным вопросам, разноуровневых заданий, ситуационных задач и **промежуточной аттестации** в форме вопросов и заданий зачету.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

| № п/п | Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4) | Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4) | Наименование оценочного средства | |
|-------|--|--|----------------------------------|-------------------------------|
| | | | Текущий контроль | Промежуточная аттестация |
| 1 | ИПК-3.1 Использует формы и методы проведения деловых переговоров в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | <i>Знает</i> методы проведения деловых переговоров с использованием инструментов Интернет - маркетинга | эссе | Вопросы на зачете 1-5 |
| | | <i>Умеет</i> анализировать получаемую от заказчика исследования информацию и выявлять его ожидания и требования | Реферат | Вопросы на зачете 6-7, тезисы |
| | | <i>Владеет</i> навыками определения целей продвижения продуктов и услуг в сети интернет | Проектная работа | Вопросы на зачете 8-9, |
| 2 | ИПК-3.4 Формирует и обосновывает бюджет продвижения проекта информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | <i>Знает</i> методы и особенности расчетов бюджета проекта по продвижению продуктов и услуг в цифровой среде | Решение задач | Вопросы на зачете 10-14, |
| | | <i>Умеет</i> вычислять экономический эффект от реализации исследовательских результатов для стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей | Расчет | Вопросы на зачете 16-17 |

| | | | | |
|---|--|--|------------------------|----------------------------|
| | | заказчика | | |
| | | <i>Владеет</i> навыками Оценки финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта от реализации стратегии продвижения консалтингового проекта в сфере маркетинга | Расчет | Вопросы на зачете 18-19 |
| 3 | ИПК-3.5 Демонстрирует способность использовать инструменты контроля стратегии продвижения в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» | Знает основные методики контроля результатов стратегии продвижения в Интернет –сети | кейс | |
| | | Умеет на основе консалтингового проекта взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта | Деловая ситуация | |
| | | Владеет способностями для осуществления контроля за реализацией консалтингового проекта | опрос | |
| 4 | ИПК-3.6 Демонстрирует способность использовать методы формирования отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» | Знает методы и алгоритм формирования отчетности для заказчика по консалтинговым проектам | Анализ отчетности | |
| | | Умеет согласовывать отчеты для заказчика в рамках выполненного консалтингового проекта | Модель согласования | |

| | | | | |
|--|--|---|------------------------|--|
| | | Владеет навыками корректировки стратегии продвижения консалтингового проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» совместно с заказчиком | Алгоритм корректировки | |
|--|--|---|------------------------|--|

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерный перечень вопросов и заданий

Тематика эссе и рефератов

1. Особенности маркетинга консалтинговых услуг
2. История возникновения и развития консалтинга
3. Карта рынка консалтинга
4. Выбор стратегии маркетинга в зависимости от жизненного цикла компании
5. Особенности рынка консалтинговых услуг
6. Система управления и мотивация маркетингового персонала в консалтинговых компаниях
7. Постановка системы маркетинга в консалтинговых компаниях
8. Продвижение консалтинговых услуг через интернет
9. Особенности разработки корпоративного сайта
10. Роль маркетологов при привлечении существующих клиентов к новым услугам

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации

(экзамен)

1. План-график реализации консалтинговых услуг.
2. Мотивация консультантов к участию в маркетинговых программах
3. Оценка работы маркетологов .
4. Актуальность и научная новизна исследования. Выдвижение рабочей гипотезы
5. Поиск и накопление научной информации.
6. Электронные формы информационных ресурсов для проведения консалтинга.
7. Обработка научной информации, её фиксация и хранение в консалтинговых компаниях..
8. Структура и модели разработка маркетинговой стратегии в консалтинговых компаниях
9. Общие сведения об исследованиях рынка консалтинговых услуг.
10. Каналы привлечения новых клиентов.
11. Метрологическое обеспечение экспериментальных исследований. Процесс зрелости клиента
12. Организация рабочего места маркетолога в консалтинговой компании
13. Влияние психологических факторов на ход и качество консалтинга
14. Первичные тактики маркетинга для завоевания клиента.
15. Вторичные тактики для продвижения консалтинговых услуг в интернете.
16. Эффективность рекламы консалтинговых услуг
17. Реклама в интернете консалтинга
18. Роль поисковых систем для продвижения консалтинговых услуг.
19. Презентационные материалы консалтинговых компаний
20. Образовательные программы как инструмент маркетинга

Критерии оценивания результатов обучения

| Оценка | Критерии оценивания по зачету |
|------------------------------|---|
| Высокий уровень зачтено | «зачтено» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы. |
| Низкий уровень (не зачтено)) | оценку «не зачтено» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы. |

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Ричард Бэнфилд, Мартин Эрикссон и Нейт Уокингшо Дидеры продукта – М.: МИФ, 2021. – 478 с. – Режим доступа: <https://www.mann-ivanov-ferber.ru/books/lideryi-produkta/>
2. Марвин Бауэр, основатель McKinsey & Company: Стратегия, лидерство, создание управленческого консалтинга- М.Альпина Паблишер, 2020- 543с, - режим доступа <https://alpinabook.ru/catalog/book-marvin-bauer-osnovatel-mckinsey-company/>

3. \Р. Масленников Суперконсалтинг: PR и маркетинг в сфере аудита и консалтинга= Москва, PR–агентство ПРОСТОП: PR & Консалтинг, 2020-
https://www.moscowbooks.ru/ebooks/book/639905/?recommended_by=instant_search&r46_search_query

4. Волгина, С.В. Исследование систем управления: учебное пособие / С.В. Волгина; Минобрнауки России, Южный федеральный университет, Волгодонский институт (филиал) ЮФУ. - Ростов: Издательство Южного федерального университета, 2021. - 132 с. - Библиогр.: с. 108-109. - ISBN 978-5-9275-1701-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=462049> (24.02.2018).

5.2. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН»
www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ)) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods
<https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ
<http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
3. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
4. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
5. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
7. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
8. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
9. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

5. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
6. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
7. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru;>
8. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
9. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

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

- Общие рекомендации по самостоятельной работе обучающихся;
- Методические рекомендации по освоению лекционного материала, подготовке к лекциям;
- Методические рекомендации по написанию и защите курсовой работы;
- Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим/лабораторным) занятиям.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

| Наименование специальных помещений | Оснащенность специальных помещений | Перечень лицензионного программного обеспечения |
|---|---|--|
| Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа | Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук | Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus |
| Учебные аудитории для проведения занятий | Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: | Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus |

| | | |
|--|--------------------------|--|
| семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | экран, проектор, ноутбук | |
|--|--------------------------|--|

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

| Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся | Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся | Перечень лицензионного программного обеспечения |
|---|--|--|
| Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки) | Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi) | Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus |
| Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ) | Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер | Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus |
| Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А) | Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi) | Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus |