

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА
Факультет Гостиничного и ресторанного бизнеса
Кафедра Менеджмента в индустрии гостеприимства**

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры Менеджмента
в индустрии гостеприимства
Протокол от «04» сентября 2017г.
№ 1

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.10.1 УПРАВЛЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ
ПОТРЕБИТЕЛЯ**

направление подготовки
38.03.02 – Менеджмент
направленность (профиль) "Гостиничное и ресторанное дело"

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2018

Москва, 2017 г.

Авторы–составители:

И.В. Гончарова, к.э.н., доцент

Заведующая кафедрой
Менеджмента в индустрии
гостеприимства, к.э.н., доцент

И.В. Гончарова

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.10.1 «Управление лояльностью потребителя» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС-28	Участие в обеспечении и поддержании лояльности потребителей по отношению к предприятию питания, гостиничного комплекса	ПК ОС-28.1.1	Способность к формированию долгосрочных взаимоотношений с потребителями на различных рынках

1.2.В результате освоения дисциплины Б1.В.ДВ.10.1 «Управление лояльностью потребителя» у студентов должны быть сформированы:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПК ОС-28.1.1	<p>на уровне знаний: типы лояльности потребителей; методы маркетинговых исследований для измерения лояльности потребителей; методы воздействия на лояльность потребителей; виды и особенности программ лояльности.</p> <p>на уровне умений: определить возможности построения взаимоотношений с потребителями с учетом специфики конкретного рынка; осуществлять сегментацию потребителей на основе ценности клиента для компании; разрабатывать программы лояльности потребителей</p> <p>на уровне навыков: принятия самостоятельных управленческих решений и их аргументации; работы в команде, выработки совместных решений; организационно-экономического обоснования мероприятий по повышению лояльности и оценки их эффективности.</p>

- 2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы**

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины, час.	
		Всего	Семестр
			7
Очная форма обучения			
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		54	54
лекционного типа (Л)		18	18
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)			
практического (семинарского) типа (ПЗ)		36	36
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		54	54
Промежуточная аттестация	форма	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой
	час.		
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		108/3	108/3

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.10.1 «Управление лояльностью потребителя» изучается в 7 семестре очной формы обучения в соответствии с учебным планом, общая трудоемкость дисциплины – 3 зачетные единицы.

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.10.1 «Управление лояльностью потребителя» опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области межличностных коммуникаций, социальной психологии, общей теории менеджмента, информационных технологий в менеджменте, а также на приобретенные ранее умения и навыки организовывать работу организации, координировать взаимоотношения внутри малой группы.

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

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Холистический маркетинг: концепции, формирование и развитие	24	4		8		12	О, ДЗ
Тема 2	Инструменты маркетинга взаимоотношений	26	4		8		14	О, Т
Тема 3	Методы измерения лояльности потребителей	30	6		10		14	О
Тема 4	Программы лояльности в индустрии гостеприимства	28	4		10		14	Д, ДЗ
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
Всего:		108	18		36		54	

Примечание:

* *Формы текущего контроля: опрос (О), эссе (Э), коллоквиум (К), домашнее задание (ДЗ), тестирование (Т), задание (З), реферат (Р), рубежный контроль (РК), дискуссии (Д).*

Содержание дисциплины

Тема 1. Холистический маркетинг: концепции, формирование и развитие.

Современная концепция холистического маркетинга и её сущность.

Концепция холистического маркетинга как основа развития четырех направлений маркетинговой деятельности: маркетинг взаимоотношений (relationship marketing), интегрированный маркетинг (integrated marketing), внутренний маркетинг (internal marketing) и результативный маркетинг (performance marketing).

Сущность и понятие интегрированного маркетинга. Сущность и понятие внутреннего маркетинга. Сущность и понятие результативного маркетинга.

Маркетинг взаимоотношений. Взаимодействие компании с ключевыми заинтересованными сторонами: потребители, персонал, партнеры предприятия, акционеры и инвесторы.

Тема 2. Инструменты маркетинга взаимоотношений.

CRM (customer relationship management) и PRM (partner relationship management). Управление отношениями с клиентами (CRM). Управление воспринимаемой ценностью продукта и общей удовлетворенностью покупателей.

Создание клиентской базы. Повышение прибыльности клиентов. Стратегия привлечения и удержания клиентов в компании. Управление отношениями с партнерами (PRM). Снижение затрат и рисков при работе с партнерами. Вовлечение партнеров в процесс создания ценности товара.

Тема 3. Методы измерения лояльности потребителей.

Понятие лояльности. Виды лояльности. Группы показателей лояльности. Инструменты оценки качества обслуживания. Методика "SERVQUAL". Поведенческая лояльность. Воспринимаемая лояльность. Относительная лояльность.

Тема 4. Программы лояльности в индустрии гостеприимства.

Классификация программ лояльности. Показатели лояльности потребителей в гостиничном и ресторанном бизнесе.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.10.1 «Управление лояльностью потребителя» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа:
при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);
- при проведении занятий семинарского типа:
опрос, тестирование, эссе, практические задания;
- при проведении промежуточной аттестации:
ответ на вопросы билета и практическое задание.

4.1.2. Зачет с оценкой проводится в виде устного опроса.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Примерные темы эссе, рефератов

1. Новые тенденции в разработке программ лояльности и управлении отношениями с потребителями.
2. Формирование конкурентных преимуществ организаций на основе клиентоориентированного подхода.
3. Формирование потребительской ценности на основе методики «SERVQUAL».
4. Генезис клиентоориентированного подхода в России и за рубежом.
5. Стратегия клиентоориентированности: основные принципы реализации.

Вопросы для самостоятельной подготовки к занятиям лекционного, практического (семинарского) типов

№ темы	Темы для самостоятельного изучения учебного материала студентами
1	Понятие и виды лояльности покупателей. Латентная лояльность. Ложная лояльность. Актуальность управления лояльностью покупателей в современных экономических условиях. Инструменты стимулирования сбыта и монетарная лояльность. Клубы постоянных покупателей: практические кейсы. Методы оценки лояльности потребителей.
2	Основные этапы процесса разработки программ лояльности. Цели программ лояльности. Накопительно-бонусные системы, скидочные системы. Подарочные карты или сертификаты; Розыгрыши призов; Сезонные распродажи; Льготы. Мультибрендовая и монобрендовая программы лояльности. Технические платформы карточных систем программ лояльности
3	Разработка мероприятий по повышению удовлетворенности покупателей. Применение методов маркетинговых исследований. Сравнительная характеристика методик удовлетворенности потребителей (NPS и CSI). Использование CRM (Customer Relationship Management). Возможности CRM-систем. Структура CRM-систем. Цели внедрения CRM. Классификации CRM-систем (операционный CRM, аналитический CRM, коллаборативный CRM. Рынок CRM-систем. Разработчики CRM-систем.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС-28	Участие в обеспечении и поддержании лояльности потребителей по отношению к предприятию питания, гостиничного комплекса	ПК ОС-28.1.1	Способность к формированию долгосрочных взаимоотношений с потребителями на различных рынках

4.3.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК ОС-28.1.1	Применение методов стратегического анализа. Владение методами экономического анализа. Установление взаимоотношений с потребителями	Способен сформировать понимание возможностей маркетинга взаимоотношений для решения проблем доходности, роста и конкурентоспособности компании на рынке конечных потребителей. Использует методики оценки лояльности потребителей. Демонстрирует способность управлять подразделениями, группами сотрудников, проектами по созданию

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
		программ лояльности, направленных на установление взаимоотношений с потребителями

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

Вопросы промежуточной аттестации

1. Маркетинг отношений как современная концепция маркетинга.
2. Субъекты взаимоотношений в реализации концепции маркетинга отношений.
3. Клиентоориентированность как современное направление развития маркетинга.
4. Стратегия клиентоориентированности: принципы и инструменты.
5. Лояльность: понятие и отличия от смежных категорий.
6. Монетарная лояльность потребителей: преимущества и недостатки.
7. Эмоциональная лояльность потребителей: преимущества и недостатки.
8. Методы оценки лояльности потребителей.
9. Программы лояльности.
10. Скидочные программы лояльности.
11. Бонусно-накопительные программы лояльности.
12. Оценка эффективности программ лояльности.
13. Сущность концепции холистического маркетинга.
14. Сущность и понятие интегрированного маркетинга.
15. Сущность и понятие внутреннего маркетинга.
16. Сущность и понятие результативного маркетинга.
17. Маркетинг взаимоотношений.
18. Управление отношениями с клиентами (CRM).
19. Управление воспринимаемой ценностью продукта и общей удовлетворенностью покупателей.
20. Создание клиентской базы.
21. Повышение прибыльности клиентов.
22. Стратегия привлечения и удержания клиентов в компании.
23. Управление отношениями с партнерами (PRM).
24. Снижение затрат и рисков при работе с партнерами.
25. Вовлечение партнеров в процесс создания ценности товара.

Шкала оценивания.

Баллы (рейтинговой оценки), %	Оценка	Требования к знаниям
-------------------------------------	--------	----------------------

100-91	5, «отлично»/ «зачтено»	<p>– Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на экзамене, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.</p>
90-75	4, «хорошо»/ «зачтено»	<p>– Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.</p>
74-50	3, «удовлетворительн о» / «зачтено»	<p>– Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.</p>
49-0	2, «неудовлетворител ьно» / «незачтено»	<p>– Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится</p>

		<p>студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.</p>
--	--	--

4.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Все задания, используемые для контроля компетенций условно можно разделить на две группы: 1) задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения (доклад, ролевая игра); 2) задания, которые дополняют теоретические вопросы экзамена (практические задания, кейс). Выполнение заданий первого типа является необходимым для формирования и контроля ряда умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до экзамена. Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения. В случае невыполнения доклада, студенту необходимо принести письменный текст сообщения на экзамен. В таком случае в ходе экзамена ему могут быть заданы вопросы по теме доклада. Промежуточная аттестация по дисциплине (экзамен) включает следующие формы контроля: 1 теоретический вопрос и 1 практическое задание. На подготовку дается 30 минут.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости на первом занятии, а также доводит до обучающихся информацию о результатах текущего контроля успеваемости во время аудиторных занятий и консультаций.

Текущий контроль успеваемости проводится в письменной и устной формах.

Практические занятия дисциплины Б1.В.ДВ.10.1 «Управление лояльностью потребителя» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к экзамену. К экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем формируемых знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов для экзамена.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Обучающиеся обязаны посещать все предусмотренные учебным планом занятия и присутствовать на всех мероприятиях текущего контроля успеваемости, предусмотренных рабочей программой дисциплины.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида. Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента.

Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на экзамене может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на лекциях звукозаписывающих устройств. Допускается

присутствие на занятиях ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушением зрения проводится устно, при этом текст заданий предоставляется в форме, адаптированной для лиц с нарушением зрения (укрупненный шрифт), при оценке используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на экзамене может быть увеличено.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции. При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура экзамена может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры экзамена. В таком случае вопросы к экзамену и практическое задание выбираются самим преподавателем.

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Сейфуллаева М.Э. Международный маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / М.Э. Сейфуллаева. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — 5-238-00800-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71021.html>
2. Лопатина Н.В. Социология маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.В. Лопатина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Академический проект, 2016. — 304 с. — 5-8291-2518-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60139.html>

6.2. Дополнительная литература

1. Васильев Г.А. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Е.М. Деева. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 192 с. — 978-5-238-01578-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71172.html>
2. Генрих Грив Преимущество сетей [Электронный ресурс] : как извлечь максимальную пользу из альянсов и партнерских отношений / Грив Генрих, Роули Тим, Шипилов Андрей. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 264 с. — 978-5-9614-4721-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/49132.html>

6.3. Нормативные правовые документы

Не используются

6.4. Интернет-ресурсы

1. marketolog.info Сборник различных полезных материалов, необходимых для работы маркетолога.
2. <http://www.r-trends.ru/> - Research&Trends: Аналитика маркетологам и исследователям рынка
3. <http://www.marketologi.ru/> - Гильдия маркетологов

6.5. Иные источники

1. www.nlr.ru / - Российская национальная библиотека
2. <http://нэб.рф/> - Национальная электронная библиотека
3. www.rsl.ru / - Российская государственная библиотека
4. <http://advertology.ru/> - Подборка новостей и аналитических статей о рекламе, маркетинге и PR.
5. <http://www.4p.ru/> - Форум маркетологов, аналитические материалы, магазин исследований и ряд бесплатных сервисов для маркетологов и компаний

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного

обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg

EBSCO Publishing

eLIBRARY.RU

Emerging Markets Information Service

Google Scholar (Google Академия)

IMF eLibrary

JSTOR

New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.

OECD iLibrary

Oxford Handbooks Online

Polpred.com Обзор СМИ

Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;

SCOPUS

Web of Science

Wiley Online Library

World Bank Elibrary

Архивы научных журналов NEICON

Интернет-сервис «Антиплагиат»

Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»

ЭБС Издательства "Лань"

ЭБС Юрайт

Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»