

ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

Факультет производственного менеджмента и маркетинга
Кафедра маркетинга и логистики



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Л.Н.Костина

2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
НАУЧНО - ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ПРАКТИКИ**

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

Образовательная программа магистратура

Магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»

Курс 2 форма обучения очная

Курс 3 форма обучения заочная

Донецк
2020 г.

Рабочая программа научно-исследовательской практики составлена в соответствии с требованиями основной образовательной программы высшего профессионального образования направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» для обучающихся 2 курса очной и 3 курса заочной форм обучения.

Автор,
разработчик



А.В.Меркулова

Программа рассмотрена
на заседании ПМК
кафедры

ПМК №1 «Маркетинг»

Протокол заседания ПМК от

26.12.19

№

5

(дата)

Председатель ПМК



А.В. Меркулова

(подпись)

(ИОФ)

Программа рассмотрена
на заседании кафедры

маркетинга и логистики

Протокол заседания кафедры от

27.12.19

№

5

(дата)

Заведующий кафедрой



Л.П. Барышникова

(подпись)

(ИОФ)

Общие положения

Научно-исследовательская практика является завершающим этапом обучения и проводится после освоения обучающимися программы теоретического и практического обучения и является обязательной. Научно-исследовательская практика проводится на выпускном курсе магистратуры с целью сбора информационных материалов для выполнения магистерской диссертации, приобретения выпускниками профессионального опыта, совершенствования общекультурных и профессиональных компетенций, проверки готовности к самостоятельной трудовой деятельности.

Рабочая программа научно-исследовательской практики составлена в соответствии с требованиями ООП ВПО направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» и Порядком организации и прохождения практики обучающихся, осваивающих образовательные программы в ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», утвержденным решением Ученого совета ГОУ ВПО «ДонАУиГС» протоколом № 4 от 28.11.2019 г.

Рабочая программа научно-исследовательской практики разработана также в соответствии с:

Законом Донецкой Народной Республики «Об образовании» от 19.06.2015г. N1-233П-НС;

Порядком организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденным приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 10.11.2017г. №1171;

Типовым положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденному приказом МОН ДНР от 16.12.2015г. № 911;

Учебным планом направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент».

Виды и объемы практик определяются основными образовательными программами направлений подготовки, отображаются в учебных планах и календарных графиках учебного процесса по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»).

1. Цель научно-исследовательской практики

Научно-исследовательская практика (НИП) проводится с целью формирования и развития профессиональных знаний в сфере выбранного направления подготовки, закрепления полученных теоретических знаний по дисциплинам направления и специальным дисциплинам магистерских программ, установления их связи с практической деятельностью, овладения необходимыми профессиональными компетенциями по выбранному направлению специализированной подготовки, а также с целью сбора, анализа и обобщения научного материала, разработки научных предложений и научных идей, подготовки магистерской диссертации.

2. Задачи научно-исследовательской практики

Основными задачами научно-исследовательской практики являются:

- обретение опыта научной и аналитической деятельности;
- овладение современными методами и методологией научного

исследования;

- формирование навыков самообразования и самосовершенствования;
- развитие умений и навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности;
- совершенствование умений изложения полученных результатов в виде отчета и научных публикаций (статья, тезисы);
- закрепление знаний, умений и навыков, полученных магистрантами в процессе изучения дисциплин магистерской программы;
- содействие активизации научной деятельности магистров.

3. Место научно-исследовательской практики в структуре ООП ВПО

Научно-исследовательская практика является завершающим этапом научно-исследовательской работы, выполняемой магистрантом в рамках утвержденной темы магистерской диссертации с учетом научной проблематики магистерской программы, интересов и возможностей организаций, в которых она проводится.

Исходя из целей и задач научно-исследовательской практики, магистр должен

знать:

- принципы анализа и систематизации собранного материала;
- различные методики проведения научных исследований;

уметь:

- обосновывать актуальность выбранного направления исследования,
- правильно подбирать средства и методы для решения поставленных задач в научном исследовании;
- делать обоснованные заключения по результатам проводимых исследований и оформлять их в виде отчета;
- формулировать и решать задачи, возникающие в ходе написания аналитического обзора;
- вести научные дискуссии, опираясь на правила аргументирования;
- строить продуктивные взаимоотношения с коллегами и преподавателями;

владеть:

- методами организации и проведения научно-исследовательской работы;
- способами обработки получаемых данных и их интерпретацией;
- методами анализа и самоанализа, способствующими развитию личности научного работника;
- представлениями о современных информационных технологиях.

4. Формы проведения научно-исследовательской практики

Научно-исследовательская практика реализуется в форме научно-исследовательской работы (отчёта), выполняемой в рамках темы магистерской диссертации с учетом возможностей и условий, в которых она проводится.

Тема научно-исследовательской работы может быть определена как самостоятельная часть научно-исследовательской работы, выполняемой в рамках научного направления кафедры маркетинга и логистики.

Форма проведения научно-исследовательской практики для обучающихся направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» – стационарная/выездная и непрерывная, то есть, путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики, предусмотренного образовательной программой.

5. Место и время проведения научно-исследовательской практики

Научно-исследовательская практика может быть организована непосредственно в

структурных подразделениях ГОУ ВПО «ДонАУиГС».

Научно-исследовательская практика проводится на 2 курсе магистерской программы обучающихся очной формы обучения в 4 семестре и на 3 курсе магистерской программы обучающихся заочной формы обучения в 6 семестре, после изучения соответствующих теоретических дисциплин. Продолжительность практики составляет 3 недели для обучающихся очной/заочной форм обучения, в соответствии с учебными планами образовательной программы магистратуры.

6. Компетенции, формируемые в результате прохождения научно-исследовательской практики

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения преддипломной практики: ОК-3, ОПК-2, ПК-9, ПК-10:

Код компетенции	Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ОК – 3	Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знать: - процедуру осуществления систематического и постоянного анализа потребностей и требований ключевых групп потребителей и государства с целью обоснования маркетинговых стратегий.
		Уметь: - формулировать и решать задачи, возникающие в ходе написания аналитического обзора.
		Владеть: - навыками проведения аналитических обследований систем управления в компаниях; - навыками проведения анализа и выявления проблем в системах маркетингового управления.
ОПК – 2	Способность организовывать процесс управления организацией	Знать: - основные принципы и инструменты стратегического управления компанией; - средства автоматизированной поддержки стратегического управления маркетингом;
		Уметь: - применять методы формализации стратегии, в том числе маркетинговой, - выбирать стратегии и определять стратегические цели, - определять критические факторы успеха, - проектировать функциональные цели и ключевые показатели маркетинговой деятельности; - применять техники формализации стратегии: SWOT анализ, PEST анализ, мастерские и мозговые штурмы;
		Владеть: - навыками формирования стратегических

		<p>карт и сбалансированных систем показателей компании;</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования маркетинговой стратегии компании.
ПК-9	Способность к формированию гипотезы, цели, задач и ожидаемых результатов, исследование в рамках общего научного процесса	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - философию, логику и принципы объективности научного поиска; - специфику интегративного мышления; сущность науки как социального института, ее структуру и функции, значение в жизни человека и развитии современного общества; - исторические этапы и закономерности развития науки;
ПК-10	Способность разрабатывать алгоритм проведения научного исследования, составлять календарный план научного исследования	<ul style="list-style-type: none"> - методологические принципы, парадигмы и ценностные установки научного познания, взаимосвязь науки и философии, историю развития частных наук; главные направления современных теоретико-методологических исследований, в том числе специфику комплексных исследований; - основные принципы организации исследовательских и проектных работ; - теорию проектного анализа; - методы качественной и количественной оценки проектов. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать знание методов и теорий гуманитарных, социальных и экономических наук при осуществлении экспертных и аналитических работ; - использовать в научной деятельности знание современных проблем философии науки; - анализировать научные факты, основные концепции и теории фундаментальных и частных наук; - обобщать эмпирический исследовательский материал с позиций философского мировоззрения и научной методологии; - определять теоретико-методологическую основу комплексного исследования, научное направление, в рамках которого оно осуществлено; - обосновывать концептуально новые проектные идеи, решения и стратегии проектных действий; - формулировать объект и предмет научных исследований; гипотезу, цель, задачи исследование в рамках общего научного процесса; - актуальность научных исследований, новизну научных результатов и разногласий; достоверность и практическую значимость

		<p>научных результатов; анализировать кадровое и психологическое обеспечение процесса научных исследований;</p> <p>- готовить научные статьи, научные отчеты, диссертационные работы, подбирая и анализируя необходимые источники и эмпирический материал.</p>
		<p>Владеть:</p> <p>- навыками проектирования и осуществления междисциплинарного, системного исследования профессионально-ориентированных и общенаучных проблем;</p> <p>- принципами сопоставления формы и содержания;</p> <p>- методами интегративного мышления;</p> <p>- навыками обоснования ожидаемых результатов исследования в рамках общего научного процесса;</p> <p>- разработки алгоритма проведения научного исследования; составления календарного плана научного исследования;</p> <p>- методов и форм внедрения исследований.</p>

7. Структура, объем и содержание научно-исследовательской практики

Общая трудоемкость научно-исследовательской практики составляет 4,5 зачетные единицы, 162 часа согласно учебному плану.

Программа научно-исследовательской практики магистранта включает в себя подготовительный, исследовательский и заключительный этапы.

Структура, объем и содержание научно-исследовательской практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость	Формы текущего контроля
1	Подготовительный	<p>1. Обоснование актуальности, теоретической и практической значимости выбранной темы научного исследования.</p> <p>2. Определение гипотез, целей и задач научно исследовательского проекта.</p> <p>3. Разработка индивидуального плана научно-исследовательской практики.</p> <p>4. Выбор методологии и инструментария исследования.</p> <p>5. Проведение инструктажа на месте прохождения практики.</p>	Самоконтроль, собеседование
2	Исследовательский	<p>1. Проведение теоретических и эмпирических исследований, в том числе сбор социально-экономической и статистической информации.</p> <p>2. Обработка, обобщение и анализ полученных данных.</p> <p>3. Подтверждение или опровержение гипотез исследования,</p>	Самоконтроль, собеседование

		аргументирование и формулирование положений, выводов, практических рекомендаций и предложений.	
3	Заключительный	Подготовка и защита отчета по практике.	Защита отчета по итогам прохождения практики

8. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся в процессе прохождения научно-исследовательской практики

Значимым результатом прохождения научно-исследовательской практики является подготовленный и защищённый отчёт, материалы которого будут использованы при написании магистерской диссертации.

Отчет выполняется по завершению срока прохождения практики и должен содержать основные сведения о конкретной работе в период научно-исследовательской практики, характеристику предприятия (организации) и анализ его деятельности, а также выводы и рекомендации по вопросам стратегического маркетинга и бренд-менеджмента.

9. Формы промежуточной аттестации научно-исследовательской практики

Формой промежуточной аттестации по итогам практики является дифференцированный зачет.

Обучающиеся предоставляют отчетную документацию на кафедру не позднее трех календарных дней после окончания практики. Защита производится не позднее семи календарных дней после сдачи отчета. Отчет о прохождении практики ответственный за организацию практической подготовки обучающихся по кафедре предоставляет руководителю практики ГОУ ВПО «ДонАУиГС» не позднее четырнадцати календарных дней после защиты.

9.1. Защита отчетов

9.1.1. Результаты прохождения научно-исследовательской практики определяются путем проведения промежуточной аттестации, формы которой указываются в учебном плане направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент», с выставлением оценок «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» «неудовлетворительно», которые заносятся в ведомость и зачетную книжку. Оценка «неудовлетворительно» проставляется в ведомость, в зачетную книжку не вносится.

9.1.2. Результаты проведения промежуточной аттестации отражаются на титульном листе отчета о прохождении практики обучающегося, где также указывается дата и подпись руководителей практики от кафедры ГОУ ВПО «ДонАУиГС».

9.1.3. Обучающимся, которые были направлены на практику, приступили к прохождению практики, выполнили программу практики, сдали отчетную документацию и прошли защиту, руководитель практики от кафедры выставляет в ведомость соответствующую оценку.

Обучающимся, которые не выполнили программу практики, руководитель практики от кафедры выставляет в ведомости «не явился», а обучающиеся считаются имеющими академическую задолженность.

9.1.4. Оценка по практике приравнивается к оценкам (зачетам) по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости обучающихся.

9.1.5. Обучающиеся, получившие оценку «неудовлетворительно» при проведении промежуточной аттестации по итогам практики считаются имеющими академическую задолженность. Порядок ликвидации академической задолженности производится в соответствии с локальными нормативными актами ГОУ ВПО «ДонАУиГС»..

9.1.6. Защищённые отчёты по практике хранятся на выпускающей кафедре в

соответствии с номенклатурой дел три года.

9.2. Критерии оценивания

Оценивание результатов практики осуществляется по бальной шкале, государственной шкале и шкале ECTS. Для оценивания отчета по практике используются критерии, приведенные в табл. 9.1.:

Таблица 9.1.

Система оценивания академических достижений обучающегося по практике

№ п/п	Критерии и основные требования к выполнению	Количество баллов		
		«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»
1.	Выполнение программы практики и качество выполнения заданий	22-20	20-17	17-16
2.	Соблюдение сроков сдачи отчетной документации	14-13	13-11	11-8
3.	Сбор и обобщение обучающимися данных для оформления отчетной документации по практике	20-19	19-16	16-13
4.	Соблюдение требований к содержанию отчетной документации по практике	14-12	12-10	10-7
5.	Соблюдение требований к оформлению	14-12	12-10	10-7
6.	Оценка руководителя практики от кафедры	5	4	3
7.	Защита отчета по практике на кафедре	5	4	3
8.	Ответы на вопросы при защите отчета по практике	6-4	5-4	4-3
Всего баллов		100-90 (A)	89-75 (B, C)	74-60 (D, E)

При подведении итогов по практике выносится дифференцированная оценка по бальной шкале (табл. 9.2.).

Таблица 9.2.

Соответствие государственной шкалы оценивания и шкалы ECTS

По шкале ECTS	Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
A	90-100	«Отлично»	отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
B	80-89	«Хорошо»	в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%)
C	75-79		в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок

			(до 15%)
D	70-74	«Удовлетворительно»	неплохо, но со значительным количеством недостатков
E	60-69		выполнение удовлетворяет минимальные критерии
FX	35-59	«Неудовлетворительно»	с возможностью повторной аттестации
F	0-34		с обязательным повторным прохождением практики (выставляется комиссией)

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение научно-исследовательской практики

Основная литература:

1. Практическая подготовка: методические рекомендации по организации и прохождению всех видов практик для студентов 1, 2 курсов ОУ «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегический менеджмент и бренд-маркетинг») очной/заочной форм обучения / сост. И.М. Ягнюк – Донецк: ДонАУиГС, 2017. – 67 с.

2. Лунина В.Ю. Мерчандайзинг: учеб. пособие для студентов 3, 4 курсов образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили: «Маркетинг», «Логистика») очной/заочной форм обучения / В.Ю. Лунина, Т.А. Попова, Р.П. Лизогуб. – Донецк : ДонАУиГС, 2018. – 219 с.

3. Смеричевская С.В. Стратегический маркетинг: уч.пособие / С.В. Смеричевская, С.Ф. Смеричевский.- Донецк, «ВІК», 2009. – 184с.

4. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2004. – 600с.

5. Ламблен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.Ж. Ламбен. – СПб.: Наука, 2006. – 589с.

6. Менеджмент организаций: учебник. В 2-х ч. Ч. 2 / под общ. ред. профессора В.В. Дорофиенко. – Донецк: ДонАУиГС, 2018. – 737 с.

7. Поведение потребителей: учебно-методическое пособие для студентов 2 курса ОУ «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили: «Маркетинг», «Логистика») очной/заочной форм обучения / сост. Р.П. Лизогуб, Т.А. Попова, В.Ю. Лунина.- Донецк: ДонАУиГС, 2018.- 179 с.

Дополнительная литература:

1. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология / Е.П.Голубков. – М.: Финпресс, 2006. – 324с.

2. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль.пер.с англ Ф.Котлер. — СПб: ПИТЕР, 2004.- 567с.

3. Маркетинг: Учебник под ред. А.Н.Романова. — М., Изд. объединение ЮНИТИ, 2005.

4. Диксон П.Р. Управление маркетингом/ Пер. с англ. — М.: БИНОМ, 2005.

5. Ковалев А.И. Маркетинговый анализ / А.И.Ковалев, В.В.Войленко. — М.: Центр экономики и маркетинга, 2008. – 544с.

6. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф.Котлер, Г.Армстронг, Д.Сондерс, В.Вонг. пер.с англ.—2-европейское изд. — К.; М.; СПб.: Издат. дом «Вильямс», 2004. – 564с.

7. Маркетинг // Информационно-статистический журнал. — 2009—2010.

8. Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы / Е.П.Пешкова. — М.: «ОСЪ», 2008. – 534с.

9. Шишкова В.С., Лізогуб Р.П. Вопросы разработки аналитических систем сбора и обработки информации о состоянии окружающей среды / Сборник научных трудов «Актуальные вопросы современной науки», Выпуск 25. – Новосибирск: ООО агентство «СИБПРИНТ», 2013. – С. 239-247.

10. Шишкова В.С. Застосування маркетингового інструментарію в інвестиційній діяльності промислового підприємства / Збірник наукових праць «Торгівля і ринок України»- Донецький національний університет економіки і торгівлі, 2009. С.422-428

11. Безопасность жизнедеятельности и охрана труда: конспект лекций / сост.: В.И. Шестаков, А.Е. Кусков, И.И. Папа-Дмитриева. – Донецк, ДонГУУ, 2015. – 125 с.

12. Беляков, Г.И. Безопасность жизнедеятельности. Охрана труда: Учебник для бакалавров / Г.И. Беляков. - М.: Юрайт, 2013. - 572 с.

13. Девисилов, В.А. Охрана труда: Учебник / В.А. Девисилов. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 512 с.

14. Ефремова, О.С. Охрана труда в организации в схемах и таблицах / О.С. Ефремова. - М.: Альфа-Пресс, 2013. - 112 с.

15. Ефремова, О.С. Охрана труда от А до Я: Практическое пособие / О.С. Ефремова. - М.: Альфа-Пресс, 2013. - 672 с.

16. Карнаух, Н.Н. Охрана труда: Учебник для бакалавров / Н.Н. Карнаух. - М.: Юрайт, 2013. - 380 с.

17. Коробко, В.И. Охрана труда: Учебное пособие для студентов вузов / В.И. Коробко. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 239 с.

18. Челноков А.А. Охрана труда: Онлайн учебник для студентов высших учебных заведений / А.А. Челноков, И.Н. Жмыхов, В.Н. Цап. – Режим доступа: <http://laborprotection.3dn.ru/home.html>

19. Жидецкий В.Ц. Основы охраны труда: Онлайн учебник. – Режим доступа: https://uchebnikonline.com/bgd/osnovi_ohoroni_pratsi_-_zhidetskiy_vts/osnovi_ohoroni_pratsi_-_zhidetskiy_vts.htm

Перечень нормативно-справочной литературы:

1. Конституция Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]: офиц. текст [принята Верховным Советом Донецкой Народной Республики 14 мая 2014г.]. – Режим доступа: <http://dnr-online.ru/konstituciya-dnr/>

2. Закон ДНР «О безопасности» № 04-ІНС от 12.12.2014, действующая редакция по состоянию на 14.01.2015

3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakon-dnr-o-bezopasnoste/>

4. Закон ДНР «О пожарной безопасности» № 151-ІНС от 30.09.2016, действующая редакция по состоянию на 27.10.2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyaty/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-o-pozharnej-bezopasnosti/>

5. Закон ДНР «Об отпусках» № 16-ІНС от 06.03.2015, действующая редакция по состоянию на 28.02.2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakon-dnr-ob-otpuskah/>

6. Закон ДНР «Об охране труда» № 31-ІНС от 03.04.2015, действующая редакция по состоянию на 21.04.2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakon-dnr-ob-ohrane-truda/>

7. Закон ДНР «Об охране окружающей среды» № 38-ІНС от 30.04.2015, действующая редакция по состоянию на 20.05.2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakon-dnr-ob-ohrane-okr-sredy/>

8. Закон ДНР «Об оплате труда» № 19-ІНС от 06.03.2015, действующая редакция по состоянию на 29.03.2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakon-dnr-ob-oplate-truda/>

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

<http://www.wilsonweb.com/awards> - информация о стратегиях маркетинга в Internet;

<http://www.emar.com/internet/hot> - список маркетинговых фирм и периодических изданий по маркетингу;

<http://www.nsns.com:80/MouseTracs> - информация о стратегиях маркетинга в Internet, ссылки на серверы маркетинговых фирм.