

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Плешаков Владимир Александрович  
Должность: Врио ректора  
Дата подписания: 10.09.2025 09:46:47  
Уникальный программный ключ:  
cf3461e360a6506473208a5cc93ea97a503bfc77

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Алтайский государственный аграрный университет»

СОГЛАСОВАНО  
Декан экономического факультета  
  
\_\_\_\_\_ В.Е.Левичев  
подпись  
«\_29\_»\_августа\_\_\_\_\_2025г.

УТВЕРЖДЕНО  
Проректор по учебной работе  
  
\_\_\_\_\_ С.И.Завалишин  
подпись  
«\_29\_»\_августа\_\_\_\_\_2025г.

Кафедра управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ»

Направление подготовки  
**38.03.04 Государственное и муниципальное управление**

Направленность (профиль)  
**Управление государственными и муниципальными организациями**

Квалификация (степень)– бакалавр  
Программа подготовки – бакалавриат  
Форма обучения – очная, очно- заочная

Барнаул 2025

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг территорий» составлена на основе требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования № 1016 от 13.08.2020 по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»

Рассмотрена на заседании кафедры, протокол №   9   от  11.06 \_\_\_\_.2025г.

Зав.кафедрой

К.э.н., доцент

\_\_\_\_\_



М.Г.Хорунжин

Одобрена на заседании методической комиссии экономического факультета, протокол №  9  от « 29 »  08 \_\_\_\_ 2025 г.

Председатель методической комиссии,

ст.преподаватель



Н.В.Бородина

Составитель:

Д.э.н., профессор



И.В.Ковалева

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Цель и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
4. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	4
5. Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий	5
6. Тематический план изучения дисциплины	7
7. Образовательные технологии	11
8. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	12
9. Ресурсное обеспечение	12
9.1. Перечень изданий основной и дополнительной учебной литературы	12
9.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	12
9.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	12
9.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет	13
9.5. Описание материально-технической базы	13
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	14
Приложения	15

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины:** освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области управления маркетингом территорий для эффективного социально-экономического развития муниципальных образований, субъектов Российской Федерации.

Способен выявлять и оценивать тенденции социально-экономического развития муниципальных образований, субъектов Российской Федерации, Российской Федерации

### **Задачи дисциплины:**

- получить систему знаний о содержании маркетинга территорий как информационной базы обоснования управленческих решений;
- освоить методы и стратегии управления маркетингом территорий;
- приобрести практические навыки умения применения методов управления маркетингом территорий.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинг территорий» относится к части формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана.

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

Перечень дисциплин к предшествующим знаниям изучаемой дисциплины: Теория планирования и прогнозирования, Правовое регулирование экономической деятельности, Теория управленческих решений.

Перечень последующих изучаемых дисциплин: Управление государственными, муниципальными и корпоративными закупками, Управление проектной деятельностью.

Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Таблица 1 – Сведения о компетенциях, индикаторах и результатах обучения (дескрипторах), формируемых данной дисциплиной

Код и наименование компетенций (К), формируемых полностью или частично данной дисциплиной	Код и наименование индикатора достижения (ИД) компетенции	Перечень результатов обучения (дескрипторов-Д), формируемых дисциплиной
---	---	---

ПК-5. Способен выявлять и оценивать тенденции социально-экономического развития муниципальных образований, субъектов Российской Федерации, Российской Федерации	ИД-1ПК-5 Проводит комплексный маркетинговый аудит территории (муниципального образования, региона) на основе анализа ключевых социально-экономических, инвестиционных и имиджевых показателей, выявляет ее конкурентные преимущества и проблемные зоны в контексте глобальных и национальных трендов, формулирует стратегические выводы для позиционирования и развития территории	Знает комплексный маркетинговый аудит территории (муниципального образования, региона) на основе анализа ключевых социально-экономических, инвестиционных и имиджевых показателей; Знает современные технологии управления конкурентными преимуществами в контексте глобальных и национальных трендов; Знает методы позиционирования и развития территории Умеет проводить маркетинговый аудит территории (муниципального образования, региона) на основе анализа ключевых социально-экономических, инвестиционных и имиджевых показателей Умеет применять современные технологии управления конкурентными преимуществами в контексте глобальных и национальных трендов Умеет применять методы позиционирования и развития территории Владеет инструментами маркетингового аудита территории (муниципального образования, региона) на основе анализа ключевых социально-экономических, инвестиционных и имиджевых показателей Владеет современными технологиями управления конкурентными преимуществами в контексте глобальных и национальных трендов Владеет методами позиционирования и развития территории
---	--	---

#### 4. Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий

Для освоения программы предусматриваются следующие виды занятий: лекции, лабораторные занятия, практические занятия, самостоятельная работа. Распределение программного материала по видам занятий и последовательность его изучения определяются рабочим учебным планом (табл. 2)

Таблица 2 – Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий, реализуемой по учебным планам

Вид занятий	Очное		Очно-заочное	
	Всего	В т.ч. по семестрам 5	Всего	В т.ч. по семестрам 7
1. Аудиторные занятия, часов, всего	68	68	50	50
в том числе	36	36	18	18

1.1. Лекции					
1.2. Лабораторные работы					
1.3. Практические (семинарские) занятия	32	32		32	32
2. Контактная работа	68	768		50	50
3. Самостоятельная работа, часов, всего	92	592		103	103
в том числе					
3.1. Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)					
3.2. Расчетно-графическая работа (РГР)	-	-		-	-
3.3. Контрольная работа	-	-		-	-
3.4. Экзамен					
4. Промежуточная аттестация (сдача экзамена)	20	20		27	27
Итого часов (стр. 2 + стр. 3 + 4)	180	1180		180	180
Форма промежуточной аттестации	э	э		э	э
Общая трудоемкость, зачетных единиц	5	5		5	5

\*З – зачет, Э – экзамен, ЗО – зачет с оценкой

## 5. Тематический план изучения дисциплины

Таблица 3 – Тематический план изучения дисциплины, реализуемой по учебным планам

Наименование темы	Изучаемые вопросы	Объем часов				Форма текущего контроля	Код компетенции
		Лекции	Лабораторные работы	Практические (семинарские) занятия	Самостоятельная работа		
<b>Тема 1.</b> Теоретические основы маркетинга территорий	1.Сущность, понятие, виды маркетинга территорий; функции и принципы. 2.Микро-макро среда маркетинга территорий. 3.Зарубежный и российский опыт маркетинга территорий	4/2		2/2	10/10	УО	ПК-5

<b>Тема 2.</b> Региональный маркетинг	1.Понятие регионального маркетинга. 2.Сущность управления маркетингом как основы конкурентоспособности региона 3.Муниципальный продукт в системе регионального маркетинга	6/4		4/4	10/10	ПР	ПК-5
<b>Тема 3.</b> Маркетинг территорий	1.Модель территориального маркетинга 2. Позиционирование территорий 3. Стратегический маркетинг	6/4		2/2	10/10	С	ПК-5
<b>Тема 4.</b> Маркетинговые коммуникации в управлении маркетингом территории	1.Понятие маркетинговых коммуникаций, виды 2.. Концепции МК в маркетинге территорий 3.Проектирование коммуникационных систем.	6/2		4/4	10/10	Т	ПК-5
<b>Тема 5.</b> Концепции территориального маркетинга	1.Основные концепции ТМ . 2.Механизм реализации концепций ТМ. 3.Стратегии ТМ.	6/2		8/8	10/10	УО	ПК-5
<b>Тема 6.</b> Ценообразование маркетинга территорий	1.Сущность ценообразования в МТ, принципы, функции и задачи. 2.Модели и методы ценообразования	4/2		6/6	10/10	Т	ПК-5

<b>Тема 7.</b> Предпринимательство с системе территориального маркетинга	1.Предпринимательство в системе ТМ. 2. Туризм в системе ТМ	4/2		6/6	12/16	ПР	ПК-5
—	Выполнение контрольной работы (для заочной формы обучения)						
—	Подготовка к экзамену				20/27		
—	Всего	36/18		32/32	92/103		

\* - в числителе очное, знаменателе – очно-заочное  
РГР – расчетно-графическая работа;  
ЛР – лабораторная работа

Таблица 4 –Темы практических работ

№	Наименование темы	Количество часов
1	Теоретические основы маркетинга территорий	2/2
2	Региональный маркетинг	4/4
3	Маркетинг территорий	2/2
4	Маркетинговые коммуникации в управлении маркетингом территории	4/4
5	Концепции территориального маркетинга	8/8
6	Ценообразование маркетинга территорий	6/6
7	Предпринимательство с системе территориального маркетинга	6/6

\* - в числителе очное, знаменателе – очно-заочное

Таблица 5 –Темы лабораторных занятий

№	Наименование темы	Количество часов
	Не предусмотрены учебным планом	

\* - в числителе очное, знаменателе - заочное

Таблица 6 - Вид, контроль выполнения и методическое обеспечение СРС

Вид СРС	Количество часов	Контроль выполнения	Методическое обеспечение
Подготовка к устному опросу по теме»Теоретические основы	10/10	Устный опрос	Основная и дополнительная литература (приложение

маркетинга территорий»			2)
Подготовка к практической работе	10/10	Практическая работа	Основная и дополнительная литература (приложение 2)
Подготовка к дискуссионным вопросам по теме» Маркетинг территорий»	10/10	Семинар	Основная и дополнительная литература (приложение 2)
Подготовка к тестированию по теме «Маркетинговые коммуникации в управлении маркетингом территории»	10/10	Тестирование	Основная и дополнительная литература (приложение 2)
Подготовка к семинару по теме «Концепции территориального маркетинга»	10/10	Семинар	Основная и дополнительная литература (приложение 2)
Подготовка к тестированию по теме «Ценообразование маркетинга территорий»	10/10	Тестирование	Основная и дополнительная литература (приложение 2)
Подготовка к практической работе по теме «Предпринимательство с системе территориального маркетинга»	12/16	Защита ПР	Основная и дополнительная литература (приложение 2)
Подготовка к экзамену	20/27		
Итого	92/103		

Обучение студентов с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Положением «Об организации обучения студентов с ограниченными возможностями здоровья в ФГБОУ ВО Алтайский ГАУ».

## 1. Образовательные технологии

Таблица 7 –Интерактивные формы проведения занятий, используемые на аудиторных занятиях

Семестр	Вид занятия	Используемые интерактивные формы проведения занятий	Количество часов*
5/7	Лекция	Лекция – беседа – диалог с аудиторией, объяснение с показом иллюстраций. Групповая беседа позволяет расширить круг мнений сторон.	2/2
5/7	Лекция	Семинар-беседа - вопрос-ответная форма, используется для обобщения пройденного материала. Лекция –	2/2

		презентация с применением мультимедийных технологий по ключевым темам курса.	
Итого			4/4

\* - в числителе очное

## **8.Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Фонд оценочных средств по дисциплине «Маркетинг территорий» приведен в отдельном документе.

## **9.Ресурсное обеспечение**

### **9.1. Перечень изданий основной и дополнительной учебной литературы**

Список имеющихся в библиотеке университета изданий основной и дополнительной учебной литературы по дисциплине приведен в приложении 2.

### **9.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы**

1. Ковалева, И. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для бакалавров направления подготовки "Менеджмент" очной и заочной форм обучения экономического факультета / И. В. Ковалева, П. В. Водясов, Д. В. Рожкова ; АГАУ. - Барнаул : АГАУ, 2015. - 192 с.
- 2.Ковалева И.В., Воронкова О.Ю., Глотко А.В. Маркетинг: учебное пособие / И. В. Ковалева, О.Ю.Воронкова , А.В.Глотко ; - Барнаул : АГУ, 2022. - 292 с.

### **9.3Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

1.Функционирующая в вузе электронная информационно-образовательная среда, которая обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий.

2.Пакет программ OpenOffice для работы с текстовыми документами, электронными таблицами и для создания презентаций.

3.Электронные версии учебников, пособий, методических разработок, указаний и рекомендаций по всем видам учебной работы, предусмотренной рабочей программой дисциплины, находящиеся в доступе через электронный каталог библиотеки Алтайского ГАУ.

4.ЭБС: ЛАНЬ–e.lanbook.com; ZNANIUN.COM – znanium.com;BOOK.RU–book.ru; РУКОНТ –lib.rucont; научная электронная библиотека –elibrary.ru

#### Информационные справочные системы:

1. КонсультантПлюс – Законодательство РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз.рус.
2. ГАРАНТ - Законодательство с комментариями [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз.рус.

#### 9.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

1. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
2. Энциклопедии и словари [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.enc-dic.com/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
3. Интернет-библиотека «Бухгалтерский учет и налоги» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dis.ru/im/buhuchet/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз.рус.
4. Федеральная налоговая служба[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nalog.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз.рус.

#### 9.5 Описание материально-технической базы

Для проведения занятий лекционного типа, лабораторных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации имеются учебные аудитории, а также помещения для выполнения самостоятельной работы, хранения и обслуживания учебного оборудования.

Таблица 8 – Перечень материально-технического обеспечения

№ауд.	Наименование аудиторий, кабинетов, лабораторий и пр.	Перечень оборудования
316, 318 корп.6	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
101, 105, 106, 207, 209, 211,317 корп. 6	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска), набор демонстрационного оборудования

	аттестации	
Читальный зал ГК	Учебная аудитория для самостоятельной работы	Компьютеры с подключением информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АГАУ

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Изучение учебной дисциплины обучающимися предусматривает два вида работ:

- работа с преподавателем;
- самостоятельная работа.

Работа с преподавателем охватывает два вида учебных занятий: лекционные занятия и практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются теоретические вопросы. Обучающиеся составляют конспект лекций: кратко, схематично, последовательно фиксируют основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечают важные мысли, выделяют ключевые слова, термины. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации.

При подготовке реферата обучающийся выбирает интересную для него тему из общего списка и согласовывает свой выбор с преподавателем. В ходе выполнения работы обучающийся не только получает сведения в определенной области, но и развивает практические навыки анализа научной литературы.

При самостоятельной работе с учебниками и учебными пособиями рекомендуется придерживаться определенной последовательности. Читая и конспектируя тот или иной раздел учебника, необходимо твердо усвоить основные определения, понятия и классификации. Формулировки определений и основные классификации надо знать на память. После усвоения соответствующих понятий и закономерностей следует решить задачи или проанализировать примеры их практического применения на опыте зарубежных и российских предприятий, закрепляя тем самым проработанный теоретический материал.

Целью самостоятельной работы является освоение фундаментальных знаний, развитие ответственности и организованности, умений самостоятельно работать с учебным материалом и приобретение навыков поиска и реферирования доступной научной информации.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время подразумевает:

- повторение лекционного материала;
- изучения учебной и научной литературы;
- изучения нормативных правовых актов (в том числе в электронных базах данных);
- подготовки к контрольным работам, тестированию, рубежному контролю;
- выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателем;
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах задач, тестов, написания рефератов и эссе по отдельным вопросам изучаемой темы.

Приветствуется инициатива студентов к поиску новой информации по изучаемой дисциплине, не освещенная или представленная кратко в лекционном курсе.

Самостоятельная работа оценивается на лабораторном занятии путем письменного опроса, тестирования.

Реферат – это один из самых сложных видов самостоятельной работы с разными источниками информации, а для этого следует овладеть более простыми приемами работы – разработкой плана, составлением тезисов и конспектов. Подготовка реферата и выступление с его изложением углубляет знания, расширяет кругозор, приучает логически, творчески мыслить, развивать культуру речи.

При просмотре источников информации намечается ориентировочный план реферата, в который включается обычно 3-4 основных вопроса или раздела. Каждом из разделов формулируются подвопросы, помогающие последовательно раскрыть содержание проблемы.

В процессе изучения материала формулировки подвопросов и разделов обычно уточняются. При реферировании следует делать выписки, записывать мысли, возникающие при чтении; следует также точно записывать и определения тех понятий, которые будут использованы в реферате. Из прочитанной литературы нужно заимствовать не буквальный текст, а важнейшие мысли, идеи, теоретические положения; можно цитировать небольшие отрывки, приводить диаграммы, схемы, чертежи, но главное – высказывать собственные соображения по вопросам реферата.

При оценке реферата обычно руководствуются следующими критериями: а.) удалось ли его автору раскрыть сущность данной проблемы; б.) сумел ли автор показать связь рассматриваемой проблемы с жизнью; в.) проявил ли автор самостоятельность и творческий подход в изложении

реферата; г.) можно ли считать реферат логически стройным и т.д.

Коллоквиум является одним из средств текущего контроля в освоении учебного модуля. Коллоквиум проводится в виде устного опроса группы студентов во время аудиторной самостоятельной работы. Максимальное количество баллов, которые может получить студент, участвуя в коллоквиуме, равно 5 баллов.

Во время проведения коллоквиума оценивается способность студента правильно сформулировать ответ, умение выражать свою точку зрения по данному вопросу, ориентироваться в терминологии и применять полученные в ходе лекций и практик знания.

Критерии оценки коллоквиума:

*5 баллов «отлично»:*

- глубокое и прочное усвоение материала,
- полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы на вопросы,
- правильно обоснованные принятые решения,
- владение разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ.

*4 балла «хорошо»:*

- знание материала,
- грамотное изложение, без существенных неточностей в ответе на вопрос,
- правильное применение теоретических знаний,
- владение необходимыми навыками при выполнении практических задач.

*3 балла «удовлетворительно»:*

- усвоение основного материала,
- при ответе допускаются неточности,
- при ответе недостаточно правильные формулировки,
- нарушение последовательности в изложении программного материала,
- затруднения в выполнении практических заданий.

*2 балла «неудовлетворительно»:*

- не знание теоретического материала,
- при ответе возникают ошибки,
- затруднения при выполнении практических работ.

**Аннотация дисциплины**

**Цель дисциплины-** освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области управления маркетингом территорий для эффективного социально-экономического развития муниципальных образований, субъектов Российской Федерации.

Освоение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций.

№ п/п	Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной
1	ПК-5 Способен выявлять и оценивать тенденции социально-экономического развития муниципальных образований, субъектов Российской Федерации, Российской Федерации

**Трудоемкость дисциплины, реализуемой по учебному плану**

Вид занятий	Очное			Очно-заочное		
	Всего	Сем. 5		Всего	Сем. 7	
1. Аудиторные занятия, часов, всего	68	68		50		50
в том числе						
1.1. Лекции	36	36		18		18
1.2. Лабораторные работы						
1.3. Практические (семинарские) занятия	32	32		32		32
2. Контактная работа	68	768		50		50
3. Самостоятельная работа, часов, всего	92	592		103		103
в том числе						
3.1. Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)						
3.2. Расчетно-графическая работа (РГР)	-	-		-		-
3.3. Контрольная работа	-	-		-		-
3.4. экзамен						
4. Промежуточная аттестация (сдача экзамена)	20	20		27		27
Итого часов (стр. 2 + стр. 3 + 4)	180	1180		180		180
Форма промежуточной аттестации	э	э		э		э
Общая трудоемкость, зачетных единиц	5	5		5		5

**Формы промежуточной аттестации: экзамен**

**Перечень изучаемых тем (основных):**

Тема 1. Теоретические основы маркетинга территорий

Тема 2. Региональный маркетинг

Тема 3. Территориальный маркетинг

Приложение 2к программе дисциплины  
Маркетинг территорий

**Список имеющихся в библиотеке университета изданий основной учебной литературы по дисциплине**

п/п	Библиографическое описание издания	Примечание
1	Ковалева, И. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для бакалавров направления подготовки "Менеджмент" очной и заочной форм обучения экономического факультета / И. В. Ковалева, П. В. Водясов, Д. В. Рожкова ; АГАУ. - Барнаул : АГАУ, 2015. - 192 с.-Текст непосредственный	30
2	Ковалева, И. В. Маркетинговые коммуникации : учебно-методическое пособие для бакалавров направления подготовки "Менеджмент" очной и заочной форм обучения экономического факультета / И. В. Ковалева, Д. В. Рожкова ; АГАУ. - Барнаул : Изд-во АГАУ, 2014. - 97 с. - Загл. с титул. экрана.-Имеется печ. аналог. - ~Б. ц. - Текст : электронный.	Сайт Алтайского ГАУ ЭК биб-ки

**Список имеющихся в библиотеке университета изданий дополнительной учебной литературы по дисциплине**

п/п	Библиографическое описание издания	Примечание
1	Ковалева, И. В. Маркетинг: учебно-методическое пособие / И. В. Ковалева, Е. В. Краснов, Ю. В. Хренова ; АГАУ. - Барнаул : Изд-во АГАУ, 2012. - 110 с.Текст непосредственный	33
2	Сапрыкина Е.В. Ценообразование и анализ ценовой политики: учебно-методическое пособие / Е.В. Сапрыкина; АГАУ. – Барнаул: Изд-во АГАУ, 2012. - 82 с.Текст непосредственный	28 экз.

Составитель:  
д.э.н, профессор \_\_\_\_\_ И.В.Ковалева

ученая степень, должность \_\_\_\_\_ подпись И.О. Фамилия

Список верен  
Зав. библиотекой \_\_\_\_\_ Е.Б. Городкова

Зав. библиотекой



И.В. Барданова