

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 29.12.2025 10:03:05
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНОБРНАУКИ РОССИИ)**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»
(ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»)**

**КАФЕДРА ТОВАРОВЕДЕНИЯ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ
И КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ**



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе
Л. В. Крылова

(подпись)

« 26 » февраля 2025 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.30 ТОВАРОВЕДНЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА

(название учебной дисциплины)

Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление
(код, наименование)

Программа высшего образования – программа бакалавриата

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение
(код, наименование)

Профиль: Товароведение непродовольственных товаров и коммерческая
деятельность
(наименование)

Факультет маркетинга и торгового дела

Курс, форма обучения:

очная форма обучения 3 курс

очно-заочная форма обучения 3 курс

**Донецк
2025**

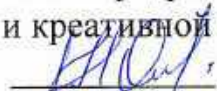
Рабочая программа учебной дисциплины «Товароведные аспекты маркетинга» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение, профилю: Товароведение непродовольственных товаров и коммерческая деятельность, разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом Университета:

- в 2025 г. для очной формы обучения;
- в 2025 г. для очно-заочной формы обучения;

Разработчик: Ткаченко А.А., доцент, к.э.н., доцент

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры
Протокол от «18» февраля 2025 года № 12

Зав. кафедрой товароведения непродовольственных товаров
и креативной индустрии


(подпись)

Н. А. Ольмезова
(инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела


(подпись)

Д. В. Махносов
(инициалы, фамилия)

Дата «25» «февраля» 2025 года



ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом Университета

Протокол от «26» «февраля» 2025 года № 7

Председатель  Л.В. Крылова

©Ткаченко А.А.,
(ФИО разработчиков)
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского», 2025 год

1. ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование показателя	Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования	Характеристика учебной дисциплины	
		очная форма обучения	заочная/очно-заочная форма обучения
Количество зачетных единиц – 3	Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление (код, название)	вариативная (базовая, вариативная)	
	Направление подготовки 38.03.07 Товароведение (код, название)		
Модулей – 1	Профиль Товароведение непродовольственных товаров и коммерческая деятельность (название)	Год подготовки	
Смысловых модулей – 3		3-й	3-й
Общее количество часов –108		Семестр	
		5-й	6-й
	Лекции		
		32 час.	16 час.
Количество часов в неделю для очной формы обучения: аудиторных – 2; самостоятельной работы обучающегося – 5	Программа высшего образования – программа бакалавриата	Практические, семинарские занятия	
		-	
		Лабораторные занятия	
		30 час.	22 час.
		Самостоятельная работа	
		44,15 час.	68,15 час.
		Индивидуальные задания*:	
		3 ТМК	
		Форма промежуточной аттестации:	
		зачет	

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:

для очной формы обучения – 62: 44,15

для очно-заочной формы обучения – 39: 68,15

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины: получение навыков проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности.

Задачи учебной дисциплины: формирование у обучающихся целостной системы знаний маркетинговых исследований; освоение понятийно-терминологического аппарата, характеризующего маркетинговые исследования в товароведении.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.11.01 «Товароведные аспекты маркетинга» относится к вариативной части ОПОП ВО.

Основывается на знании товароведения непродовольственных товаров, маркетинга, экономики. Данная дисциплина обеспечивает знаниями такие учебные дисциплины как «Товароведение», «Основы практической товароведной деятельности», «Маркетинг», «Инфраструктура товарного рынка». Обеспечивает необходимый комплекс знаний для прохождения преддипломной практики.

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-11. Способен применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации товаров с учетом их потребительских свойств	ИДК-1ПК-11. Знает основы товарного менеджмента и маркетинга ИДК-2ПК-11. Применяет принципы товарного менеджмента и маркетинга на всех этапах товародвижения ИДК-3ПК-11. Внедряет современные методы товарного менеджмента и маркетинга

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

знать: классификацию ассортимента непродовольственных товаров; методологическую базу для оценки качества товаров; законодательную и нормативную базу, регламентирующую реализацию на рынке качественных товаров.

уметь: определять с помощью компьютерной техники показатели ассортимента товаров и их соответствие требованиям потребителей; использовать разнообразные методы для оценки качества и конкурентоспособности непродовольственных товаров.

владеть: различными видами классификации непродовольственных товаров; методологической, законодательной и нормативной базой; методами оценки качества непродовольственных товаров.

5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. Развитие товарного рынка и товарная политика предприятия

Тема 1. Развитие рынка и обеспечения потребностей населения в непродовольственных товарах.

Тема 2. Системный анализ развития товарного рынка.

Смысловой модуль 2. Товароведные аспекты маркетинга новых товаров

Тема 3. Внедрение на товарном рынке новых товаров.

Тема 4. Системный анализ комплексной оценки качества и конкурентоспособности товаров.

Тема 5. Товароведная оценка видового ассортимента товаров.

Смысловой модуль 3. Товароведные решения в системе товароснабжения, сбыта и послепродажной деятельности предприятий

Тема 6. Товароведные решения в системе рыночной ориентации предприятий.

Тема 7. Практика защиты прав потребителей.

Тема 8. Товароведные аспекты процессов организации сбыта товаров и упаковки.

6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная/очно-заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л ¹	п ²	лаб ³	инд ⁴	СРС ⁵		л	п	лаб	инд	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1. Товароведные аспекты маркетинга												
Смысловой модуль 1. Развитие товарного рынка и товарная политика предприятия												
Тема 1. Развитие рынка и обеспечения потребностей населения в непродовольственных товаров	18	6		5		7						
Тема 2. Системный анализ развития товарного рынка	17,95	6		5		6,95						
Итого по смысловому модулю 1	35,95	12		10		13,95						
Смысловой модуль 2. Товароведные аспекты маркетинга новых товаров												
Тема 3. Внедрение на товарном рынке новых товаров	11	4		4		3						
Тема 4. Системный анализ комплексной оценки качества и конкурентоспособности товаров	11	4		4		3						
Тема 5. Товароведная оценка видового ассортимента товаров	12	4		4		4						
Итого по смысловому модулю 2	34	12		12		10						
Смысловой модуль 3. Товароведные решения в системе товароснабжения, сбыта и послепродажной деятельности предприятий												
Тема 6. Товароведные решения в системе рыночной ориентации предприятий	12	4		4		4						
Тема 7. Товароведные решения в системе рыночной ориентации предприятий	12	4		4		4						

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная/очно-заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л ¹	п ²	лаб ³	инд ⁴	СРС ⁵		л	п	лаб	инд	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 8. Товароведные аспекты процессов организации сбыта товаров и упаковки	12	4		4		4						
Итого по смысловому модулю 3	36	12		12		12						
Всего по смысловым модулям	108	36		34		35,95						
Контакт.	72.05											
ИК												
Катт	1,8											
СР												
СРэк												
КЭ												
Каттэк												
Контроль												

Примечания: 1. л – лекции;

2. п – практические (семинарские) занятия;

3. лаб – лабораторные занятия;

4. инд – индивидуальные занятия;

5. СРС – самостоятельная работа;

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ - не предусмотрены учебным планом.

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная/очно-заочная форма
1	Тема 1. Развитие рынка и обеспечения потребностей населения в непродовольственных товаров	4,5	
2	Тема 2. Системный анализ развития товарного рынка	4,5	
3	Тема 3. Внедрение на товарном рынке новых товаров	4,5	
4	Тема 4. Системный анализ комплексной оценки качества и конкурентоспособности товаров	4,5	
5	Тема 5. Товароведная оценка видового ассортимента товаров	4	
6	Тема 6. Товароведные решения в системе рыночной ориентации предприятий	4	
7	Тема 7. Товароведные решения в системе рыночной ориентации предприятий	4	
8	Тема 8. Товароведные аспекты процессов	4	

	организации сбыта товаров и упаковки		
Всего:		34	

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная/очно-заочная форма
1	Тема 1. Развитие рынка и обеспечения потребностей населения в непродовольственных товаров	4,45	
2	Тема 2. Системный анализ развития товарного рынка	4,5	
3	Тема 3. Внедрение на товарном рынке новых товаров	4,5	
4	Тема 4. Системный анализ комплексной оценки качества и конкурентоспособности товаров	4,5	
5	Тема 5. Товароведная оценка видового ассортимента товаров	4,5	
6	Тема 6. Товароведные решения в системе рыночной ориентации предприятий	4,5	
7	Тема 7. Товароведные решения в системе рыночной ориентации предприятий	4,5	
8	Тема 8. Товароведные аспекты процессов организации сбыта товаров и упаковки	4,5	
Всего:		35,95	

10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

Рабочая программа не адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Вопросы для текущего модульного контроля (ТМК)

Смысловой модуль 1. Развитие товарного рынка и товарная политика предприятия

1. Оценка показателей ассортимента товаров по компьютерной программе.
2. Составление рекламных текстов на отдельные виды товаров.
3. Оценка видового ассортимента непродовольственных товаров.
4. Определение конкурентоспособности отдельных видов товаров.
5. Определение степени новизны товаров-новинок.
6. Провести анализ маркировки различных непродовольственных товаров.
7. Товароведный анализ престижа производителей товаров и продавцов торговой марки «Бренд».
9. Методы оценки конкурентоспособности исследуемого товара по сравнению с товаром - конкурентом.
10. Тенденции развития науки и техники - показатели формирования конкурентоспособности товаров.

Смысловой модуль 2. Товароведные аспекты маркетинга новых товаров

11. Информативность товара (элементы и требования к товарной информации).
12. Параметры, характеризующие товары при оценке конкурентоспособности.
13. Стандартизированные и регламентированы показатели качества товаров - составляющие конкурентоспособности товаров.
14. Цена потребления товара (составляющие, одноразовые и текущие расходы потребителя).
15. Выбор товаров - аналогов и критериев отбора товаров - образцов как первый этап оценки конкурентоспособности.

Смысловой модуль 3. Товароведные решения в системе товароснабжения, сбыта и послепродажной деятельности предприятий

16. Формы опроса потребителей товаров.
17. Имидж товара.
18. Освоение рынка новыми товарами.
19. Функционирование товарного рынка.
20. Принципы оценки конкурентоспособности товаров.
21. Товароведная оценка видового ассортимента товаров.
22. Суть и значение изучения потребительских оценок товаров.
23. Виды кодовых систем товаров.
24. Показатели конкурентоспособности товаров.
25. Товароведные аспекты классификации товаров.

Перечень вопросов к контрольной работе

1. Понятие «конкуренция» и «конкурентоспособность» товаров.
2. Жизненный цикл товара.
3. Рыночная дифференциация предприятий.
4. Способы отбора респондентов для опроса.
5. Тенденции развития науки и техники - показатели формирования конкурентоспособности товаров.
6. Сущность и критерии определения новых товаров и товаров рыночной новизны.
7. Разработка концепции нового товара.
8. Понятия «качество» и «конкурентоспособность» товаров и ее составляющие.
9. Особенности товарной марки «Бренд».
10. Освоение рынка новыми товарами.
11. Показатели конкурентоспособности товаров.
12. Информативность товара (элементы и требования к товарной информации).
13. Средства определения новизны товаров.
14. Пути обеспечения конкурентоспособности отечественных товаров.
15. Цена потребления товара (составляющие, одноразовые и текущие расходы потребителя).
16. Выбор товаров – аналогов и критериев отбора товаров – образцов как первый этап оценки конкурентоспособности.
17. Формы опроса потребителей товаров.
18. Имидж товара.
19. Товароведная оценка видового ассортимента товаров.
20. Суть и значение изучения потребительских оценок товаров.
21. Виды кодовых систем товаров.
22. Показатели конкурентоспособности товаров.
23. Товароведные аспекты классификации товаров.
24. Основные методы определения потребностей потребителей.

25. Развитие и реализация действующей рекламы – организационный показатель конкурентоспособности товаров.
26. Основные понятия «фирменный стиль» (товарный знак, логотип, фирменный блок, фирменный цвет, фирменные константы).
27. Оптимизация ассортимента товаров – важная составляющая механизма обеспечения баланса спроса и предложения на рынке.
28. Концепция жизненного цикла нового товара на конкурирующем рынке.
29. Формирование спроса и стимулирование сбыта товаров – их значение в обеспечении конкурентоспособности товаров.
30. Характеристика видов товарной марки.

12. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Система оценивания по учебной дисциплине по очной форме обучения*

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
Реферат (Тема 1)	10	10
Устный опрос (Тема 1-Тема 8)	4,5	45
Тестовые задания (Тема 1-Тема 8)	4,5	45
Промежуточная аттестация	зачет	100
Итого за семестр	100	

* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по учебной дисциплине

Система оценивания по учебной дисциплине на заочной форме обучения

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
Реферат (Тема 1)	10	10
Устный опрос (Тема 1-Тема 8)	4,5	45
Тестовые задания (Тема 1-Тема 8)	4,5	45
Промежуточная аттестация	зачет	100
Итого за семестр	100	

Вопросы для подготовки к зачету

1. Конкурентоспособность товара: источники преимуществ и проблем.
2. Способы продления жизненного цикла товара.
3. Инструментальное обеспечение процесса побуждения потребителя к покупке.
4. Влияние рекламы на человека как потребителя.
5. Консюмеризм – рыночная сила воли потребителей.
6. Товарные аспекты оценки деятельности предприятия.
7. Товар: функции удовлетворения и формирования потребителя.
8. Причины искажения информации о потребностях потребителей.
9. Методы прогнозирования: эвристические и экономико-математические.
10. Средства товарной информации.
11. Характеристика свойств безопасности потребления.
12. Характеристика экологических свойств товаров.
13. Исследование потребителей как основа формирования торгового ассортимента товаров.
14. Возврат покупателям недоброкачественных товаров: условия, сроки, необходимые

документы.

15.Сертификация товаров как процесс защиты и безопасности потребителя.

16.Проблемы идентификации и фальсификации потребительских товаров.

17.Методы и формы воздействия на покупателя.

18.Характеристика свойств надежности товаров народного потребления.

19.Определение ценности товара для потребителя и его удовлетворение.

20.Привлечение и удержание потребителей.

21.Проблемы, связанные с разработкой нового товара.

22.Процесс принятия товара потребителями.

23.Классификация потребительских товаров.

24.Классификация товаров промышленного назначения.

25.Реакция на изменение цен конкурентов и потребителей.

26.Стандартизация товара – условие эффективности маркетинговой деятельности компании.

27.Гарантийное обслуживание – условие маркетинговых характеристик товара.

28.Сервисное обслуживание - условие продвижения маркетинговых характеристик товара.

29.Ассортимент товаров – условие управления маркетингом компании.

30.Товар как отражение деятельности компании на рынке.

13. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу								Максимальная сумма баллов
Смысловой модуль № 1		Смысловой модуль № 2			Смысловой модуль № 3			
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	
15	15	15	10	10	10	10	15	

Примечание. T1, T2, ... T10 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
90-100	«Отлично» (5)	отлично – отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
80-89	«Хорошо» (4)	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10 %)
75-79		хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15 %)
70-74	«Удовлетворительно» (3)	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков
60-69		удовлетворительно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии
35-59	«Неудовлетворительно» (2)	неудовлетворительно – с возможностью повторной аттестации
0-34		неудовлетворительно – с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

14. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Тультаев Т.А. Маркетинг товаров и услуг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Тультаев Т.А. - Электрон. текстовые данные.— Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 318 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10764.html>. - ЭБС «IPRbooks»
2. Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс]: практикум/ Акулич И.Л. - Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2010. - 412 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20086.html>. - ЭБС «IPRbooks»
3. Дьякова Т.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дьякова Т.М. - Электрон. текстовые данные. - Саратов: Вузовское образование, 2014. - 162 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21548.html>. - ЭБС «IPRbooks»

Дополнительная литература:

1. Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Акулич И.Л. - Электрон. текстовые данные. - Минск: Вышэйшая школа, 2010. - 525 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20087.html>. - ЭБС «IPRbooks»
2. Помаз И.В. Прикладной маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Помаз И.В., Шингирей С.А., Харкевич А.М. - Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2007. - 431 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21749.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Гусятникова Д.Е. 10 основных ситуаций при покупке товаров [Электронный ресурс]/ Гусятникова Д.Е. - Электрон. текстовые данные. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2009. - 107 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1645.html>. - ЭБС «IPRbooks»
4. Иванова С. Продажи на 100%: эффективные техники продвижения товаров и услуг [Электронный ресурс]/ Иванова С. - Электрон. текстовые данные. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 278 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86905.html>. - ЭБС «IPRbooks»
5. Байбардина Т.Н. Торговая реклама непродовольственных товаров [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Байбардина Т.Н., Бурцева О.А., Прощко Т.Л.— Электрон. текстовые данные. - Минск: Вышэйшая школа, 2016. - 208 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/90844.html>. - ЭБС «IPRbooks»
6. Ларионов Г.В. Интегрированный товар в инновационно-креативном предпринимательстве [Электронный ресурс]: монография/ Ларионов Г.В.— Электрон. текстовые данные. - Москва: Дашков и К, 2015. - 176 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60308.html>. - ЭБС «IPRbooks»

Учебно-методические издания

1. Товароведные аспекты маркетинга. Опорный конспект лекций для студентов очной и заочной форм обучения направления подготовки 38.03.07 Товароведение (Профиль: Товароведение непродовольственных товаров и коммерческая деятельность) [Электронный ресурс]/ ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им.М. Туган-Барановского», каф. товароведения и экспертизы непрод. товаров/ А.А. Ткаченко – Донецк: ДонНУЭТ, 2018. – 104 с.

15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная библиотечная информационная система UNILIB [Электронный ресурс] – Версия 1.100. – Электрон. дан. – [Донецк, 1999-]. – Локал. сеть Науч. б-ки ГО ВПО Донец. нац. ун-та экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. – Систем. требования: ПК с процессором ; Windows ; транспорт. протоколы TCP/IP и IPX/SPX в ред. Microsoft ; мышь. – Загл. с экрана.
2. IPRbooks: Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : [«Ай Пи Эр Медиа»] / [ООО «Ай Пи Эр Медиа»]. – Электрон. текстовые, табл. и граф. дан. – Саратов, [2018]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>. – Загл. с титул. экрана.

3. Elibrary.ru [Электронный ресурс] : науч. электрон. б-ка / ООО Науч. электрон. б-ка. – Электрон. текстовые. и табл. дан. – [Москва] : ООО Науч. электрон. б-ка., 2000- . – Режим доступа : <https://elibrary.ru>. – Загл. с экрана. Доступ: с 12.11.2013
4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс] / [ООО «Итеос» ; Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : ООО «Итеос», 2012-]. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru>. – Загл. с экрана. В режиме свободного доступа
5. «Полпред Справочники» [Электронный ресурс] : электрон. б-ка / [База данных экономики и права]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : ООО «Полпред Справочники», 2010-]. – Режим доступа : <https://polpred.com>. – Загл. с экрана. Доступ: с 01.11.2017 до 15.10.2019
6. «Рукоонт» [Электронный ресурс]: межотраслевая электрон. б-ка / [ООО «Национальный цифровой ресурс»]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : ООО «Национальный цифровой ресурс», 2011-]. – Режим доступа : <https://rucont.ru> – Загл. с экрана.
7. e.Lanbook : Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] / [ООО «Издательство «Лань»]. – Электрон. текстовые дан. – [Электронно-библиотечная система Издательства Лань, 2016-]. – Режим доступа : <https://e.lanbook.com/> – Загл. с титул. экрана.
8. Grebennikon [Электронный ресурс] : электрон. б-ка / [Издат. дом «Гребенников»]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : Издат. дом «Гребенников», 2005-]. – Режим доступа : <https://grebennikon.ru>. – Загл. с экрана.
9. «Проспект»: Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] / [База данных научной и художественной литературы]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : Издательство "Проспект", 1994-2018]. – Режим доступа : <http://prospekt.org> – Загл. с экрана.
10. «Проспект Науки» [Электронный ресурс] / [База данных научной литературы]. – Электрон. текстовые дан. – [СПб.: ООО "Проспект Науки", 2005-2018]. – Режим доступа : <http://www.prospektnauki.ru> – Загл. с экрана.
11. Znaniium.com : Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] / [ООО "Научно-издательский центр Инфра-М"]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : ООО "Научно-издательский центр Инфра-М", 2011-2019]. – Режим доступа : <http://znaniium.com> – Загл. с экрана.
12. «Консультант студента»: Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]: Многопрофильный образовательный ресурс / [Издательская группа "ГЭОТАР-Медиа" : ООО «ИПУЗ»]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : Издательская группа "ГЭОТАР-Медиа" : ООО «ИПУЗ», 2000 -]. – Режим доступа : www.studentlibrary.ru – Загл. с экрана.
13. Электронно-библиотечная система ibooks.ru / [ООО «АЙБУКС», изд-ва «Питер» и «БХВ-Петербург» в сотрудничестве с Ассоциир. регион. библ. консорциумами (АРБИКОН)]. – Электрон. текстовые и граф. дан. – [Санкт-Петербург : АЙБУКС, 201?]. – Режим доступа: <https://ibooks.ru> – Загл. с титул. экрана.
14. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского [Электронный ресурс] / НБ ДонНУЭТ. – Электрон. дан. – [Донецк, 1999-]. – Режи доступа: <http://catalog.donnuet.education> – Загл. с экрана.
15. Безопасность непродовольственных товаров [электронный ресурс]: [учебное пособие]/ Под редакцией проф. Лойко Д.П. – Харьков: Издательство «НТМТ», 2016. – 260 с.
16. Бахарев И. Интервью Павла Алешина «На рынок пришло время новых товаров» // информационный портал Е-Репер. [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-repper.ru/articles/pavel-alyoshin-na-rynok-prishlo-vremya-novykh-tovarov.html>
17. Котляров И.Д. Эволюция форм торговли: от традиционной к электронной // Экономический журнал. 2019, №23 / [Электронный ресурс] URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-form-torgovli-ot-traditsionnoy-k-elektronnoy>

16. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Для проведения лабораторных занятий используются специализированные лаборатории, приборы и оборудование, учебный класс для самостоятельной работы по дисциплине, оснащенный компьютерной техникой, необходимым программным обеспечением, электронными учебными пособиями и законодательно – правовой и нормативной поисковой системой, имеющий выход в глобальную сеть, оснащенную аудиовизуальной техникой для презентаций студенческих работ.

№ п/п	Наименование лабораторий и специализированных кабинетов	Перечень оборудования, количество
1	2	3
1.	Учебная лаборатория 4314 «Учебная лаборатория химических исследований непродовольственных товаров» для проведения лекций	20 посадочных мест, РН-метр лабораторный; аппарат стряхивания жидкости; аппарат Сокслета 250мл; Ариометр; водяная баня; баня для колб без э/п (огневая); магнитная мешалка; муфельная печь; печь молибден; сушильный шкаф; эксикатор б/крана; электроплита; блескомер; весы электронные; интерферометр; дистиллятор; колбонагреватель; люминоскоп; осцилограф; стерилизатор воздушный; фотоколориметр; шкаф лабораторный; стул; стол преподавательский; доска меловая стационарная; шкаф с образцами; сушильный шкаф; муфельная печь; печь молибден; весы; прибор Росс-Майлса; стол ученический лабораторный; шкаф; раковина; вытяжной шкаф
2.	Учебная лаборатория 4314 «Учебная лаборатория химических исследований непродовольственных товаров» для проведения лабораторных занятий и зачета	20 посадочных мест, РН-метр лабораторный; аппарат стряхивания жидкости; аппарат Сокслета 250мл; Ариометр; водяная баня; баня для колб без э/п (огневая); магнитная мешалка; муфельная печь; печь молибден; сушильный шкаф; эксикатор б/крана; электроплита; блескомер; весы электронные; интерферометр; дистиллятор; колбонагреватель; люминоскоп; осцилограф; стерилизатор воздушный; фотоколориметр; шкаф лабораторный; стул; стол преподавательский; доска меловая стационарная; шкаф с образцами; сушильный шкаф; муфельная печь; печь молибден; весы; прибор Росс-Майлса; стол ученический лабораторный; шкаф; раковина; вытяжной шкаф
3.	Читальный зал библиотеки №4129 для проведения самостоятельной работы	30 посадочных мест, мебель, компьютеры с выходом в сеть Интернет, доступ к электронно-библиотечной системе. Операционная система Microsoft Windows XP Professional OEM (2005 г.); Microsoft Office 2003 Standard Academic от 14.09.2005 г.; Adobe Acrobat Reader (бесплатная версия); 360 Total Security (бесплатная версия); АБИС "UniLib" (2021 г.). Операционная система Windows 10 корпоративная LTSC; Microsoft Office 2019 Professional; Adobe Acrobat Reader (бесплатная версия); 360 Total Security (бесплатная версия); АБИС "UniLib" (2021 г.)

17. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Фамилия, имя, отчества	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совместительства; на условиях договора гражданско-правового характера (далее – договор ГПХ))	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании ¹
Ткаченко Анна Анатольевна	По основному месту работы	Должность-доцент кафедры товароведения непродовольственных товаров и креативной индустрии, ученая степень – кандидат экономических наук, ученое звание-доцент	Высшее, маркетинг, экономист – маркетолог. Диплом кандидата экономических наук серия ДК № 034975	1. Справка о прохождении стажировки №265/12.0-23 от 19.12.2022 г. по программе «Организация научных исследований», 72 часа, Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет»; 2. 1. Справка о прохождении стажировки №98-1/293 от 05.12.2024г. по программе «Развитие инструментально-технологической базы для практико-ориентированной подготовки специалистов», 72 часа, Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Институт физико-органической химии и углехимии им. Л.М. Литвиненко»

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина Б.1. В.30 «Товароведные аспекты маркетинга»

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Профиль: Товароведение непродовольственных товаров и коммерческая деятельность

знать: классификацию ассортимента непродовольственных товаров; методологическую базу для оценки качества товаров; законодательную и нормативную базу, регламентирующую реализацию на рынке качественных товаров.

уметь: определять с помощью компьютерной техники показатели ассортимента товаров и их соответствие требованиям потребителей; использовать разнообразные методы для оценки качества и конкурентоспособности непродовольственных товаров.

владеть: различными видами классификации непродовольственных товаров; методологической, законодательной и нормативной базой; методами оценки качества непродовольственных товаров.

Смысловой модуль 1. Развитие товарного рынка и товарная политика предприятия

Тема 1. Развитие рынка и обеспечения потребностей населения в непродовольственных товарах.

Тема 2. Системный анализ развития товарного рынка.

Смысловой модуль 2. Товароведные аспекты маркетинга новых товаров

Тема 3. Внедрение на товарном рынке новых товаров.

Тема 4. Системный анализ комплексной оценки качества и конкурентоспособности товаров.

Тема 5. Товароведная оценка видового ассортимента товаров.

Смысловой модуль 3. Товароведные решения в системе товароснабжения, сбыта и послепродажной деятельности предприятий

Тема 6. Товароведные решения в системе рыночной ориентации предприятий.

Тема 7. Практика защиты прав потребителей.

Тема 8. Товароведные аспекты процессов организации сбыта товаров и упаковки.

Виды учебных занятий по учебной дисциплине:

Лекции, лабораторные занятия

(лекции, семинарские, практические, лабораторные занятия)

Форма промежуточной аттестации: зачет
(зачет, экзамен)

Разработчик:

Ткаченко А.А., доцент кафедры товароведения
непродовольственных товаров
и креативной индустрии
канд. экон. наук, доцент

Заведующий кафедрой товароведения
непродовольственных товаров
и креативной индустрии
Ольмезова Н.А., д.э.н., профессор

