

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 02.03.2025 11:04:57
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd80f6c97f22a67ba17142

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И
ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ



Проректор по учебно-методической работе
Л. В. Крылова

(подпись)

2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.ДВ.03.01 ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ
РЕШЕНИЙ**

Укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление

Программа высшего образования – программа магистратуры

Направление подготовки 38.04.06 Торговое дело

Факультет маркетинга и торгового дела

Курс, форма обучения:

очная форма обучения 2 курс

заочная форма обучения 2 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Донецк
2024

Рабочая программа учебной дисциплины «Информационное обеспечение маркетинговых решений» для обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:

- в 2024 г. - для очной формы обучения;
- в 2024 г. - для очно-заочной формы обучения.

Разработчик: Возиянов Д.Э., к.э.н., профессор

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела
Протокол от «20» февраля 2024 года № 15



Зав. кафедрой маркетинга и торгового дела

(подпись)

И.М. Рвачева
(инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела

(подпись)

Д.В. Махносов
(инициалы, фамилия)



Дата «27» февраля 2024 года

ОДОБРЕНО

Учебно - методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от «18» февраля 2024 года № 7

Председатель
(подпись) Л. В. Крылова

©Возиянов Д.Э., 2024 год
© ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2024 год

ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование показателя	Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего профессионального образования	Характеристика учебной дисциплины	
		очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
Количество зачетных единиц – 3	Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
	Направление подготовки 38.04.06 Торговое дело		
Модулей – 1		Год подготовки	
Смысловых модулей – 3		2-й	2-й
Общее количество часов – 72		Семестр	
		3-й	Зимняя сессия
Количество часов в неделю для очной формы обучения: аудиторных – 2; самостоятельной работы обучающегося – 3	Программа высшего образования – программа магистратуры	Лекции	
		18 час.	6 час.
		Практические, семинарские занятия	
		16 час.	6 час.
		Лабораторные занятия	
		0 час.	0 час.
		Самостоятельная работа	
		36,85 час.	61,45 час.
		Индивидуальные задания*:	
		ЗТМК	ЗТМК
		Форма промежуточной аттестации:	
		зачет	зачет

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:

для очной формы обучения – 18/36,85

Для заочной формы обучения – 6/61,45

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины: формирование у обучающихся понимания и практического умения внедрения инструментов цифрового маркетинга, использования концепции цифрового маркетинга, принципов и механизмов реализации цифрового маркетинга, предоставление теоретических и практических знаний относительно деятельности маркетолога в Интернет среде.

Задачи учебной дисциплины: на основе теоретических знаний научиться использовать возможности цифрового маркетинга; уметь использовать службы Интернет и специализированных программ для нужд цифрового маркетинга; предоставить теоретические и практические знания из принципов цифрового маркетинга; выучить виды цифровой рекламы, методы оценки её эффективности.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Информационное обеспечение маркетинговых решений» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП ВО.

Изучение дисциплины помогает обучающимся в выполнении задач: формирование у обучающихся понимания содержания продвижения предприятия в сети Интернет с использованием инструментов цифрового маркетинга; ознакомление с технологическими решениями, используемыми в области продвижения предприятий в сети Интернет и цифровой рекламы; создание и развитие у обучающихся умений методического и прикладного характера, необходимых для цифровой рекламы; выработка практических навыков применения инструментов цифрового маркетинга, используемых в области, изучаемой в рамках данной дисциплины.

При ее освоении используются знания следующих дисциплин: «Коммерческая деятельность», «Информационные технологии и системы в экономике», «Маркетинг», «Интернет-маркетинг».

«Входные» требования к знаниям и умениям обучающихся:

- умение самостоятельно интегрировать ранее полученные знания по разным учебным предметам для решения познавательных задач;
- владение комплексом рыночных инструментов;
- применять основные методы исследования рынка;
- разрабатывать маркетинговые мероприятия в Интернет-среде;
- уметь осуществлять маркетинговую деятельность с применением современных Интернет-технологий.

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-4 Способность составлять планы и обоснование закупок и продаж	ИДК-1пк4 Знать требования действующего законодательства и нормативных правовых актов; порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость товаров, работ, услуг (по направлениям); основы статистики в части применения к закупкам.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	ИДК-2ПК-4 Уметь подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения; работать с закупочной документацией; обрабатывать и хранить данные ИДК-3ПК-4 Владеть навыками размещения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»: публикации в печатных изданиях плана закупок и внесенных в него изменений; разработки плана закупок и осуществления подготовки изменений для внесения в план закупок; обеспечения подготовки обоснования закупки при формировании плана закупок.

5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. Введение в информационное обеспечение маркетинговых решений.

Тема 1. Актуальность маркетинговых решений.

Тема 2. История развития маркетинговых решений.

Тема 3. Классификация и виды маркетинговых решений.

Смысловой модуль 2. Разработка и запуск цифровой рекламы в Интернет среде.

Тема 4. «On-line» и «Off-line» каналы распределения цифрового маркетинга.

Тема 5. Процесс разработки, запуска и внедрения цифровой рекламы.

Тема 6. Модели и элементы цифрового маркетинга. Использование хештегов в цифровом маркетинге.

Смысловой модуль 3. Практика применения маркетинговых решений.

Тема 7. Социальные сети и блоги как инструменты маркетинговых решений.

Тема 8. Оценка эффективности применения маркетинговых решений.

Тема 9. Зарубежный и отечественный опыт применения инструментов маркетинговых решений.

6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов												
	очная форма обучения						заочная форма обучения						
	всего	в том числе					всего	в том числе					
		л ¹	п ²	ла б ³	инд ⁴	СРС ⁵		л	п	ла б	инд	СРС	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Модуль 1. Цифровой маркетинг													
Смысловой модуль 1. Введение в цифровой маркетинг.													
Тема 1. Актуальность	7,8	2	2			3,8	7,7	0,5	0,5				6,7

маркетинговых решений.												
Тема 2. История развития маркетинговых решений.	7,8	2	2			3,8	7,7	0,5	0,5			6,7
Тема 3. Классификация и виды маркетинговых решений.	8	2	1			5	7,75		1			7,75
<i>Итого по смысловому модулю 1</i>	23,6	6	5			12,6	23,15	1	2			20,15
Смысловой модуль 2. Разработка и запуск цифровой рекламы в Интернет среде.												
Тема 4. «On-line» и «Off-line» каналы распределения маркетинговых решений.	7,8	2	2			3,8	7,7	0,5	0,5			6,7
Тема 5. Процесс разработки, запуска и внедрения маркетинговых решений.	7,8	2	2			3,8	7,7	0,5	0,5			6,7
Тема 6. Модели и элементы цифрового маркетинга. Использование хештегов маркетинговых решений.	8	2	1			5	7,75		1			7,75
<i>Итого по смысловому модулю 2</i>	23,6	6	5			12,6	23,15	1	2			20,15
Смысловой модуль 3. Практика применения цифрового маркетинга.												
Тема 7. Социальные сети и блоги как инструменты маркетинговых решений.	7,8	2	2			3,8	7,7		0,5			7,2
Тема 8. Оценка эффективности применения маркетинговых решений.	7,8	2	2			3,8	7,7		0,5			7,2
Тема 9. Зарубежный и отечественный опыт применения	8,05	2	2			4,05	7,75		1			6,75

инструментов маркетинговых решений.											
<i>Итого по смысловому модулю 3</i>	23,65	6	6			11,6 5	23,15		2		21,15
Всего по смысловым модулям	70,85	18	16			36,8 5	69,45	2	6		61,45
Катт	0,9						0,3				
СРэк											
ИК											
КЭ											
Каттэк	0,25						0,25				
Контроль							2				
Всего часов	72	18	16			62,1	72	2	6		61,45

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

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Тема 1. Актуальность маркетинговых решений	2	0,5
2	Тема 2. История развития маркетинговых решений.	2	0,5
3	Тема 3. Классификация и виды маркетинговых решений.	2	1
4	Тема 4. «On-line» и «Off-line» каналы распределения маркетинговых решений	2	0,5
5	Тема 5. Процесс разработки, запуска и внедрения маркетинговых решений.	2	1
6	Тема 6. Модели и элементы цифрового маркетинга. Использование хештегов маркетинговых решений	2	0,5
7	Тема 7. Социальные сети и блоги как инструменты маркетинговых решений.	2	1
8	Тема 8. Оценка эффективности применения маркетинговых решений.	1	0,5
9	Тема 9. Зарубежный и отечественный опыт применения инструментов маркетинговых решений.	1	0,5
Итого:		16	6

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
Не предусмотрено учебным планом			

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Тема 1. Актуальность маркетинговых решений	4,09	6,8
2	Тема 2. История развития маркетинговых решений.	4,09	6,8
3	Тема 3. Классификация и виды маркетинговых решений.	4,09	6,8
4	Тема 4. «On-line» и «Off-line» каналы распределения маркетинговых решений	4,09	6,8
5	Тема 5. Процесс разработки, запуска и внедрения маркетинговых решений.	4,09	6,8
6	Тема 6. Модели и элементы цифрового маркетинга. Использование хештегов маркетинговых решений	4,09	6,8
7	Тема 7. Социальные сети и блоги как инструменты маркетинговых решений.	4,09	6,8
8	Тема 8. Оценка эффективности применения маркетинговых решений.	4,09	6,8
9	Тема 9. Зарубежный и отечественный опыт применения инструментов маркетинговых решений.	4,13	7,05
Итого:		36,85	61,45

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

В ходе реализации учебной дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

1) для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.

2) для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен проводится в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с

учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

11. 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:		
- тестирование	5	5
- контрольная работа	3	6
- опрос	5	15
- задачи	3	6
- доклады	4	8
Промежуточная аттестация	<i>экзамен</i>	60
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:		
- дискуссия, собеседование	5	10
- тестирование	5	10
- тестирование	7	7
- контрольная работа	13	13
Промежуточная аттестация	<i>экзамен</i>	60
Итого за семестр		100

11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ - не предусмотрено

12. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Текущее тестирование и самостоятельная работа, балл									Максимальная сумма баллов		
Смысловый модуль № 1			Смысловый модуль № 2			Смысловый модуль № 3			Текущий контроль	Экзамен	Все виды учебной деятельности
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9			
5	5	5	5	5	5	2	3	5	40	60	100

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

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости и шкалы ECTS

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)

13. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Катаев, А.В. Интернет-маркетинг : учеб. пособие / А.В. Катаев, Т.М. Катаева ; Министерство науки и высшего образования РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет», Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. – 154 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687>. – Текст : электронный.

2. Синяева, И.М. Маркетинг услуг : учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 252 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142> . – Текст : электронный.

Дополнительная:

1. Стефанова, Н. А. Интернет-маркетинг : методические указания по выполнению курсовых работ / Н. А. Стефанова. — Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 31 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/73825.html>

2. Маслова, В.М. Сфера PR в маркетинге : учебное пособие / В.М. Маслова, И.М. Синяева, В.В. Синяев. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 384 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php>

Электронные ресурсы:

1. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87620.html>

2. Жданова, Т. С. «Ленивый» маркетинг. Принципы пассивных продаж / Т. С. Жданова. — 3-е изд. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 118 с. — ISBN 978-5-394-03209-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83135.html>

3. Маркетинг : лабораторный практикум / составители Г. Т. Анурова, О. С. Спицына. — Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 103 с. — ISBN 978-5-4497-0089-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85893.html>

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная библиотечная информационная система UNILIB [Электронный ресурс] – Версия 1.100. – Электрон. дан. – [Донецк, 1999-]. – Локал. сеть Пауч. 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 экрана.

3. Elibrary.ru [Электронный ресурс] : науч. электрон. б-ка / ООО Пауч. электрон. б-ка. – Электрон. текстовые. и табл. дан. – [Москва] : ООО Науч. электрон. б-ка., 2000- . – Режим доступа : <https://elibrary.ru>. – Загл. с экрана.

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.

5. Национальная Электронная Библиотека.

6. «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.

7. Book on line : Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : ООО «Книжный дом университета». – Электрон. текстовые дан. – Москва, 2017. – Режим доступа : <https://bookonline.ru>. – Загл. с экрана.
8. Университетская библиотека ONLINE : Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : ООО «Директ-Медиа». – Электрон. текстовые дан. – [Москва], 2001. – Режим доступа : <https://biblioclub.ru>. – Загл. с экрана.
9. Бизнес+Закон [Электронный ресурс] : Агрегатор правовой информации / [Информационно-правовая платформа]. – Электрон. текстовые дан. – [Донецк, 2020-]. – Режим доступа : <https://bz-plus.ru>. – Загл. с экрана.
10. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского [Электронный ресурс] / НБ ДонНУЭТ. – Электрон. дан. – [Донецк, 1999-]. – Режим доступа: <http://catalog.donnuet.education> – Загл. с экрана.

15. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины используется:

- лекционные аудитории учебных корпусов ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ», аудитории для проведения семинарских занятий;
- мультимедийные средства: проектор, ноутбук;
- наборы слайдов.

16. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ФИО педагогического (научно-педагогического) работника, участвующего в реализации образовательной программы	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*
Возиянова Наталья Юрьевна	По основному месту работы	Должность – профессор кафедры маркетинга и торгового дела, ученая степень – доктор экономических наук, ученое звание – профессор	Высшее, магистр, «Учет и аудит», Диплом доктора экономических наук серия ДД № 003289	1. Донецкий государственный коммерческий институт, 1996 г., «Учет и аудит», магистр экономических наук по специальности «Учет и аудит» Доктор экономических наук 1. Сертификат № 0081/1816.05.2018, «Программа обучения в сфере электронного обучения и дистанционных образовательных технологий», практический семинар 12ч., Государственная организация высшего профессионального образования «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского» 2. Сертификат №1-18, 20.12.2018, «Трансфертное ценообразование» (для руководящего состава и кадрового резерва ООО "ЛУКОЙЛ-Коми")», тренинг-

				<p>семинар 108ч., Филиал ФГБОУВО «Ухтинский государственный технический университет», г.Усинск</p> <p>3. Сертификат №0016, 18.11.2019, «Особенности организации охраны труда и безопасности жизнедеятельности в образовательных организациях высшего профессионального образования», проблемный семинар (тематический) 36ч., Государственная организация высшего профессионального образования «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского»</p> <p>4. Сертификат №1-19, 15.12.2019, «"Лидерство в кризисных ситуациях" (для руководящего состава и кадрового резерва ООО "ЛУКОЙЛ-Коми)"», тренинг, Филиал ФГБОУВО «Ухтинский государственный технический университет», г.Усинск</p> <p>5. Сертификат №0015 08.11.2019, «Комплексное сопровождение образовательного процесса обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», проблемный семинар (тематический) 36ч., Государственная организация высшего профессионального образования «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского»</p> <p>6. Сертификат №1-21, 01.04.2021. Разработка и апробация авторских курсов для работников отдела PR и GR и отдела протокола ООО "ЛУКОЙЛ-Коми" ЦАУА. ПК в ведущих российских и зарубежных вузах 72ч.</p> <p>23.03.2021 - 01.04.2021. Филиал ФГБОУВО "Ухтинский государственный технический университет", г.Усинск</p>
--	--	--	--	--