

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна  
Должность: Проректор по учебно-методической работе  
Дата подписания: 01.09.2026 13:31:49  
Уникальный программный ключ:  
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b7

**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)

**«25» марта 2026 г.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б.1.В.18. «МАРКЕТИНГ ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ»**

(название дисциплины)

Укрупненная группа  
направлений подготовки

38.00.00 Экономика и управление

(код, наименование)

Образовательная программа высшего  
образования

программа специалитета

Специальность

38.05.02 Таможенное дело

(код, наименование)

Факультет

таможенного дела

Форма обучения, курс

очная форма обучения, 3 курс

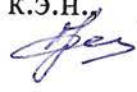
заочная форма обучения, 4 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

**Донецк  
2026**

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг таможенных услуг» для обучающихся по специальности 38.05.02 Таможенное дело, разработана в соответствии с ОПОП ВО для набора обучающихся 2026г

Разработчик: Казакова Е.Б., профессор кафедры маркетинга и торгового дела, к.э.н., доцент



Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела  
Протокол от «\_17\_» февраля 2026 года № 14

Зав. кафедрой



(подпись)

И.М. Рвачева  
(фамилия и инициалы)

СОГЛАСОВАНО:

Декан факультета таможенного дела

  
(подпись)

А.В. Шершнева  
(фамилия и инициалы)



Дата «\_17\_» февраля 2026 года

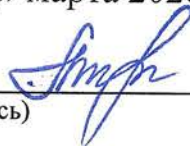
ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от «\_25\_» марта 2026 года № 8

Председатель

(подпись)



Л. В. Крылова

© Казакова Е.Б., 2026 год

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2026 год

## 1. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Наименование показателя                                                                                              | Наименование укрупненной группы направлений подготовки/ специальностей, направление подготовки/ специальность, профиль/ специализация/ магистерская программа, программа высшего образования | Характеристика дисциплины                                   |                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------|
|                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                              | очная форма обучения                                        | заочная форма обучения |
| Количество зачетных единиц – 3                                                                                       | Укрупненная группа направлений подготовки<br>38.00.00 Экономика и управление                                                                                                                 | часть, формируемая участниками образовательных отношений    |                        |
|                                                                                                                      | Направление подготовки<br>38.05.02 Таможенное дело                                                                                                                                           |                                                             |                        |
| Модулей – 1                                                                                                          |                                                                                                                                                                                              | <b>Год подготовки</b>                                       |                        |
| Смысловых модулей – 3                                                                                                |                                                                                                                                                                                              | 3-й                                                         | 4-й                    |
| Общее количество часов – 108                                                                                         |                                                                                                                                                                                              | <b>Семестр</b>                                              |                        |
|                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                              | 6-й                                                         | Зимняя сессия          |
|                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                              | <b>Лекции</b>                                               |                        |
|                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                              | 16 час.                                                     | 6 час.                 |
| Количество часов в неделю для очной формы обучения:<br><br>аудиторных – 2<br>самостоятельной работы обучающегося – 4 | Программа высшего образования – программа специалитета                                                                                                                                       | <b>Практические, семинарские занятия</b>                    |                        |
|                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                              | 14 час.                                                     | 4 час.                 |
|                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                              | <b>Лабораторные занятия</b>                                 |                        |
|                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                              | час.                                                        | час.                   |
|                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                              | <b>Самостоятельная работа</b>                               |                        |
|                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                              | 76,95 час.                                                  | 156,7 час.             |
|                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                              | <b>Индивидуальные задания:</b>                              |                        |
|                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                              | -                                                           | -                      |
|                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                              | <b>Форма промежуточной аттестации:<br/>(зачет, экзамен)</b> |                        |
|                                                                                                                      | Зачет                                                                                                                                                                                        | Зачет                                                       |                        |

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:  
 для очной формы обучения – 30/76,95  
 для заочной формы обучения – 10/156,7

## 2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель дисциплины:** изучение теоретических и прикладных основ маркетинга в таможенной сфере, особенностей деятельности непромышленной сферы, изучение системы управления государственными таможенными услугами на основе маркетингового подхода.

- **Задачи дисциплины:** сформулировать концептуальные подходы и методические положения таможенного маркетинга;
- раскрыть понятие таможенной услуги и тенденции развития государственных таможенных услуг;
- исследование маркетинговой среды и ее структуры;
- изучение комплекса маркетинга;

- объяснить современные методики таможенной оценки и определения таможенной стоимости товаров;
- изложить основы информационных технологий в таможенном деле.
- выявление особенностей организации, управления и контроля маркетинговой деятельности;
- освещение дискуссиями проблем современного таможенного маркетинга;
- раскрыть сущность маркетингового подхода для управления деятельностью таможенных органов;
- усвоение навыков творческой реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности таможенных органов.

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Дисциплина Б.1.В.18 «Маркетинг таможенных услуг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений профессионального цикла.

«Маркетинг таможенных услуг» помогает обучающимся в выполнении *задач* организационно-управленческой деятельности:

- управление деятельностью таможни (таможенного поста) и их структурных подразделений;
- организация работы исполнителей для осуществления конкретных видов работ, услуг;
- контроль деятельности подразделений, групп сотрудников, служащих и работников;
- формирование организационных и управленческих структур таможен (таможенных постов);
- мотивирование и стимулирование сотрудников, служащих и работников, направленные на качественное выполнение ими должностных обязанностей;
- организация сбора информации для выбора управленческих решений.

При ее освоении используется знания следующих дисциплин: «Таможенное дело», «Таможенный менеджмент», «Логистика в таможенном деле», «Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности», «Ценообразование во внешней торговле».

«Входные» требования к знаниям и умениям обучающихся:

- владение основами таможенного дела;
- умение самостоятельно интегрировать ранее полученные знания по разным учебным предметам для решения познавательных задач;
- владение комплексом маркетингового менеджмента;
- применять основные методы исследования рынка;
- разрабатывать маркетинговые стратегии организации работы таможенных органов;
- уметь осуществлять маркетинговую деятельность применительно к таможенной структуре.

Для освоения дисциплины обучающимся требуется подготовка в объеме, соответствующем успешному прохождению курсов: «Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Маркетинговые исследования».

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

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

| Код и наименование компетенции                                                          | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного | ИД-1. УК-1. Анализирует проблемную ситуацию как целостную систему, выявляя ее составляющие и связи между ними |



| Код и наименование компетенции           | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                           |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| подхода, вырабатывать стратегию действий | ИД-1. УК-2. Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации                  |
|                                          | ИД-1. УК-3. Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них |

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** основные компоненты таможенного маркетинга и особенности таможенных услуг; основные методы проведения маркетинговых исследований; понятие «маркетинговая среда» и ее структуру; этапы формирования цен на товары и услуги в условиях рынка; необходимость каналов распределения товаров в таможенном маркетинге и их природу; понятие маркетинговой коммуникации и систему маркетинговых коммуникаций; формы организации маркетинговой деятельности таможенного предприятия; стратегическое планирование таможенного маркетинга, его содержание и основные этапы; формы контроля маркетинговой деятельности;

**уметь:** использовать различную (специальную и справочную) литературу по маркетингу при решении практических вопросов маркетингового подхода к работе таможенных органов; пользоваться информационно-правовыми системами; принимать правовые и управленческие решения при выполнении своих должностных обязанностей; уметь самостоятельно применять полученные знания, используемые в практике зарубежного и отечественного опыта управления;

**владеть:** методами осуществления управленческой деятельности; навыками самостоятельного приобретения новых знаний; навыками аргументации применительно к сфере профессиональной деятельности.

## 5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### МОДУЛЬ 1. Маркетинг таможенных услуг

#### Смысловой модуль 1. Особенности маркетинга таможенных услуг

Тема 1.1. Маркетинг услуг: понятие и основные категории

Тема 1.2. Маркетинг в сфере таможенных услуг

Тема 1.3. Классификация и теоретические модели таможенных услуг

#### Смысловой модуль 2. Комплекс маркетинга государственных таможенных услуг

Тема 2.1. Формирование системы маркетинга государственных таможенных услуг

Тема 2.2. Маркетинговый мониторинг государственных таможенных услуг

Тема 2.3. Проблемы маркетинга таможенных услуг

#### Смысловой модуль 3. Система управления таможенными услугами на основе маркетинга и международных стандартов

Тема 3.1. Маркетинговые исследования: процесс, методы и инструменты

Тема 3.2. Оценка качества таможенных услуг

Тема 3.3. Создание системы управления таможенными услугами на основе международных стандартов

## 6. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

| Название<br>смысловых модулей<br>и тем                                                                             | Количество часов     |                |                |                  |                 |                 |         |             |    |     |                 |                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------|----------------|------------------|-----------------|-----------------|---------|-------------|----|-----|-----------------|-----------------|
|                                                                                                                    | очная форма обучения |                |                |                  |                 |                 | заочная |             |    |     |                 |                 |
|                                                                                                                    | всего                | в том числе    |                |                  |                 |                 | всего   | в том числе |    |     |                 |                 |
|                                                                                                                    |                      | л <sup>1</sup> | п <sup>2</sup> | лаб <sup>3</sup> | СР <sup>4</sup> | Пр <sup>5</sup> |         | л           | п  | лаб | СР <sup>4</sup> | Пр <sup>5</sup> |
| 1                                                                                                                  | 2                    | 3              | 4              | 5                | 6               | 7               | 8       | 9           | 10 | 11  | 12              | 13              |
| <b>Модуль 1. Маркетинг таможенных услуг</b>                                                                        |                      |                |                |                  |                 |                 |         |             |    |     |                 |                 |
| <b>Смысловой модуль 1. Особенности маркетинга таможенных услуг</b>                                                 |                      |                |                |                  |                 |                 |         |             |    |     |                 |                 |
| Тема 1.1. Маркетинг услуг: понятие и основные категории                                                            | 12                   | 2              | 2              |                  | 8               |                 | 12      | 1           |    |     | 11              |                 |
| Тема 1.2. Маркетинг в сфере таможенных услуг                                                                       | 12                   | 2              | 2              |                  | 8               |                 | 12      | 1           | 1  |     | 10              |                 |
| Тема 1.3. Классификация и теоретические модели таможенных услуг                                                    | 12                   | 2              | 2              |                  | 8               |                 | 12      |             | 1  |     | 11              |                 |
| <b>Итого по смысловому модулю 1</b>                                                                                | 36                   | 6              | 6              | -                | 24              |                 | 36      | 2           | 2  | -   | 32              |                 |
| <b>Смысловой модуль 2. Информационные технологии таможенной деятельности</b>                                       |                      |                |                |                  |                 |                 |         |             |    |     |                 |                 |
| Тема 2.1. Формирование системы маркетинга государственных таможенных услуг                                         | 12                   | 2              | 2              |                  | 8               |                 | 12      | 1           |    |     | 11              |                 |
| Тема 2.2. Маркетинговый мониторинг государственных таможенных услуг                                                | 12                   | 2              | 2              |                  | 8               |                 | 12      | 1           | 1  |     | 10              |                 |
| Тема 2.3. Проблемы маркетинга таможенных услуг                                                                     | 12                   | 2              | 2              |                  | 8               |                 | 12      |             | 1  |     | 11              |                 |
| <b>Итого по смысловому модулю 2</b>                                                                                | 36                   | 6              | 6              | -                | 24              |                 | 36      | 2           | 2  | -   | 32              |                 |
| <b>Смысловой модуль 3. Система управления таможенными услугами на основе маркетинга и международных стандартов</b> |                      |                |                |                  |                 |                 |         |             |    |     |                 |                 |
| Тема 3.1. Маркетинговые исследования: процесс, методы и инструменты                                                | 12                   | 1              | 1              |                  | 10              |                 | 12      | 1           |    |     | 11              |                 |
| Тема 3.2. Оценка качества таможенных услуг                                                                         | 12                   | 1              | 1              |                  | 10              |                 | 12      | 1           |    |     | 11              |                 |

|                                                                                               |        |    |    |   |       |  |        |   |   |   |       |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----|----|---|-------|--|--------|---|---|---|-------|--|
| Тема 3.3. Создание системы управления таможенными услугами на основе международных стандартов | 10,95  | 2  | -  |   | 8,95  |  | 8,85   |   |   |   | 8,85  |  |
| <i>Итого по смысловому модулю 3</i>                                                           | 34,95  | 4  | 2  | - | 28,95 |  | 32,85  | 2 | - | - | 30,85 |  |
| Всего часов                                                                                   | 106,95 | 16 | 14 | - | 76,95 |  | 104,85 | 6 | 4 | - | 94,85 |  |
| ИК                                                                                            |        |    |    |   |       |  |        |   |   |   |       |  |
| Катт                                                                                          | 0,8    |    |    |   | 0,8   |  | 0,9    |   |   |   | 0,9   |  |
| СРэк                                                                                          |        |    |    |   |       |  |        |   |   |   |       |  |
| ИК                                                                                            |        |    |    |   |       |  |        |   |   |   |       |  |
| КЭ                                                                                            |        |    |    |   |       |  |        |   |   |   |       |  |
| Каттэк                                                                                        | 0,25   |    |    |   | 0,25  |  | 0,25   |   |   |   | 0,25  |  |
| Контроль                                                                                      |        |    |    |   |       |  | 2      |   |   |   | 2     |  |
| Всего часов                                                                                   | 108    | 16 | 14 |   | 78    |  | 108    | 6 | 4 | - | 98    |  |

Примечания: 1. л – лекции;

2. п – практические (семинарские) занятия;

3. лаб – лабораторные занятия;

4. СР – самостоятельная работа;

5. Пр – прочие виды работы (ИК, Катт, КЭ, Каттэк)

6. ИК – индивидуальные консультации;

7. Катт – контактная работа на аттестацию в период теоретического обучения;

8. СРэк – самостоятельная работа в период экзаменационных сессий;

9. КЭ – консультации перед экзаменом

10. Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий.

## 7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

| № п/п  | Название темы                                                                       | Количество часов |               |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------|
|        |                                                                                     | очная форма      | заочная форма |
| 1.     | Маркетинг услуг: понятие и основные категории                                       | 2                | 1             |
| 2.     | Маркетинг в сфере таможенных услуг                                                  | 2                |               |
| 3.     | Классификация и теоретические модели таможенных услуг                               | 2                | 1             |
| 4.     | Формирование системы маркетинга государственных таможенных услуг                    | 2                |               |
| 5.     | Маркетинговый мониторинг государственных таможенных услуг                           | 2                | 1             |
| 6.     | Проблемы маркетинга таможенных услуг                                                | 2                | 1             |
| 7.     | Маркетинговые исследования: процесс, методы и инструменты                           | 1                | -             |
| 8.     | Оценка качества таможенных услуг                                                    | 1                | -             |
| 9.     | Создание системы управления таможенными услугами на основе международных стандартов | -                | -             |
| Всего: |                                                                                     | 14               | 4             |

## 8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

| № п/п | Название темы    | Количество часов |               |
|-------|------------------|------------------|---------------|
|       |                  | очная форма      | заочная форма |
|       | Не предусмотрено |                  |               |

## 9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

| № п/п  | Название темы                                                                       | Количество часов |               |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------|
|        |                                                                                     | очная форма      | заочная форма |
| 1.     | Маркетинг услуг: понятие и основные категории                                       | 8                | 11            |
| 2.     | Маркетинг в сфере таможенных услуг                                                  | 8                | 10            |
| 3.     | Классификация и теоретические модели таможенных услуг                               | 8                | 11            |
| 4.     | Формирование системы маркетинга государственных таможенных услуг                    | 8                | 11            |
| 5.     | Маркетинговый мониторинг государственных таможенных услуг                           | 8                | 10            |
| 6.     | Проблемы маркетинга таможенных услуг                                                | 8                | 11            |
| 7.     | Маркетинговые исследования: процесс, методы и инструменты                           | 10               | 11            |
| 8.     | Оценка качества таможенных услуг                                                    | 10               | 11            |
| 9.     | Создание системы управления таможенными услугами на основе международных стандартов | 8,95             | 8,85          |
| Всего: |                                                                                     | 76,95            | 94,85         |



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

В ходе реализации 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;
  - 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;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся 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;
  - экзамен и зачёт проводятся 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.

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;
- 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.

## 11. СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в очной форме обучения<sup>1</sup>

| Форма контроля                         | Максимальное количество баллов |       |
|----------------------------------------|--------------------------------|-------|
|                                        | За одну работу                 | Всего |
| Текущий контроль                       |                                |       |
| – дискуссия, собеседование (темы №1-9) | 3                              | 21    |
| – реферат, доклад (темы № 1-9)         | 3                              | 21    |
| – тестирование (темы №1-9)             | 5                              | 45    |
| - контрольная работа                   | 13                             | 13    |
| Промежуточная аттестация               | Дифференцированный зачет       | 100   |
| <b>Итого за семестр</b>                | 100                            |       |

**Примечание.** В соответствии с утвержденными оценочными материалами по дисциплине

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в заочной форме обучения

| Форма контроля                         | Максимальное количество баллов |       |
|----------------------------------------|--------------------------------|-------|
|                                        | За одну работу                 | Всего |
| Текущий контроль                       |                                |       |
| – реферат, презентации (темы 1-9)      | 5                              | 45    |
| – тестирование (темы 1-9)              | 5                              | 45    |
| – разноуровневые задачи (темы 1,3,4,5) | 2,5                            | 10    |
| Промежуточная аттестация               | Дифференцированный зачет       | 100   |
| <b>Итого за семестр</b>                | 100                            |       |

Вопросы к зачету

1. Сущность концепции маркетинга услуг.
2. История возникновения и основные этапы развития маркетинга услуг.
3. Место маркетинга услуг среди других маркетинговых концепций.
4. Дополнительные виды маркетинга в сфере услуг. Причины их появления и сущность.
5. Основные модели маркетинга услуг.
6. Представление об организации (фирме) в моделях маркетинга услуг.
7. Становление концепции маркетинга услуг: историческая ретроспектива. Основные школы маркетинга услуг.
8. Комплекс маркетинговых инструментов в сфере услуг.
9. Понятие услуги, товара, продукта. Диалектика дефиниций. Подходы к определениям различных маркетинговых школ.
10. Характеристики услуги.
11. Содержание и сущность некоммерческого маркетинга.
12. Современное состояние дискуссии о некоммерческом маркетинге.
13. Некоммерческий маркетинг или нон-бизнес маркетинг.
14. Институциональный маркетинг.
15. Особенности некоммерческого маркетинга.
16. Связь некоммерческого маркетинга с организациями, территориями и идеями.
17. Понятие и классификация некоммерческих субъектов.
18. Государственный институт как некоммерческий субъект рынка.
19. Каузальная модель государственного управления в условиях современного рынка.

20. Причинно-следственные связи между состоянием таможенного администрирования, состоянием экономики и уровнем жизни населения.
21. Развитие маркетинга таможенных услуг в России.
22. Система управления таможенными услугами в России.
23. Проблемы существующие в данной области таможенной деятельности.
24. Таможенная система на рынке услуг.
25. Факторы, актуализирующие проблему маркетинга таможенных услуг.
26. Современные условия и направления развития таможенного администрирования.
27. Факторы, определяющие необходимость качественного совершенствования современных таможенных инструментов, траекторию регулирования сферы внешнеэкономической и администрирования таможенной деятельности.
28. Генеральная стратегия развития таможенной службы России.
29. Проблемы теории и практики таможенного маркетинга.
30. Проблемы институционального характера.
31. Проблемы функционально-технологического характера.
32. Проблемы научно-прикладного характера.

### Перечень вопросов контрольных работ

1. Совершенствование таможенного администрирования на основе маркетингового подхода.
2. Роль маркетинга в повышении результативности деятельности таможенных служб.
3. Посредническая деятельность на рынке таможенных услуг.
4. Маркетинговые исследования рынка таможенных услуг.
5. Таможенный брокер как субъект внешнеэкономической деятельности.
6. Совершенствование организации таможенного контроля товаров и транспортных средств.
7. Управление качеством таможенной деятельности.
8. Логистические процессы на рынке таможенных услуг.
9. Маркетинговый мониторинг таможенных операций и процедур.
10. Анализ финансово-хозяйственной деятельности таможенных организаций.
11. Сущность маркетингового подхода в управлении государственными таможенными услугами
12. Проблемы формирования системы управления государственными таможенными услугами на основе маркетингового подхода
13. Построение административных регламентов оказания государственных таможенных услуг на основе маркетингового подхода
14. Проблемы практической реализации маркетингового подхода в совершенствовании государственной таможенной услуги
15. Направления совершенствования процесса оказания таможенных услуг
16. Построение системы управления деятельностью таможенных органов на принципах маркетинга
17. Формирование в таможенных органах организационной структуры по управлению таможенными услугами на основе маркетингового подхода

## 12. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

| Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу |    |    |                      |    |    |                      |    |    | Максимальная сумма в баллах |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|----|----------------------|----|----|----------------------|----|----|-----------------------------|
| Смысловой модуль N 1                                                        |    |    | Смысловой модуль N 2 |    |    | Смысловой модуль N 3 |    |    | 100                         |
| T1                                                                          | T2 | T3 | T4                   | T5 | T6 | T7                   | T8 | T9 |                             |
| 10                                                                          | 10 | 10 | 10                   | 10 | 10 | 10                   | 15 | 15 |                             |

T1, T2... T9 – номера тем соответствующих смысловых модулей

| Государственная шкала оценивания академической успеваемости |                                        |
|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| Сумма баллов за все виды учебной деятельности               | По государственной шкале               |
| 90-100                                                      | 5 «отлично» / «зачтено»                |
| 75-89                                                       | 4 «хорошо» / «зачтено»                 |
| 60-74                                                       | 3 «удовлетворительно» / «зачтено»      |
| менее 60                                                    | 2 «неудовлетворительно» / «не зачтено» |

## 13. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### Основная литература:

1. Макрусев, В. В. Маркетинг таможенных услуг : учебник / В. В. Макрусев. — Москва : Проспект, 2022. — 384 с. — ISBN 978-5-392-21786-1 .
2. Еловая, Е. М. Маркетинг логистических услуг : электронный учебно-методический комплекс для специальности: 6-05-1036-01 «Таможенное дело» / сост. Е. М. Еловая ; БГУ, Факультет международных отношений, Кафедра таможенного дела и международной логистики. — Минск : БГУ, 2024. — 134 с. — URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/7972> (дата обращения: 27.02.2026).
3. Азарян Е. М. Маркетинг услуг: учеб. пособие / Е.М. Азарян, Е.Б. Казакова, Ю.К. Яковлева. — Донецк: ООО "НПП "Фолиант", 2021 – 164 с.

### Дополнительная литература:

1. Софьянникова, И. Ю. Качество государственных таможенных услуг: трансформация маркетинговой модели и методика оценки / И. Ю. Софьянникова // Вестник университета. — 2024. — № 4. — С. 145-154. — URL: <https://vestnik.guu.ru/jour/issue/view/47> (дата обращения: 27.02.2026)
2. Попова Д.А. Проблемы взаимодействия таможенных органов и участников внешнеэкономической деятельности в рамках Таможенного союза // Молодой ученый. 2022. № 14. С. 175–177.
3. Ковальчук О.В. Проблемы и перспективы развития системы таможенных услуг в Российской Федерации// Современные проблемы науки и образования. – 2019. – № 6
4. Казакова Е.Б. Маркетинг. Маркетинг услуг: практикум [Электронный ресурс] /ГО ВПО «Донецкий Нац. Ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. маркетинга и коммерч. дела/ Е.Б. Казакова, А.А. Азарян - Донецк: ГО ВПО [ДОННУЭТ], 2018. - 148 с.
5. В. В. Пилипчук, Н. П. Плоткина, А. В. Зырянова Роль и проблемы маркетинга в сфере таможенных услуг [http://vftrta.customs.ru/vftrta/images/stories/journal\\_2017-1\\_04pilipchuk.pdf](http://vftrta.customs.ru/vftrta/images/stories/journal_2017-1_04pilipchuk.pdf)



6. В сфере таможенных услуг <https://mydocx.ru/4-72680.html>
7. Система таможенного маркетинга: принципы формирования и организации. Осипенкова А.С. <http://econfr.rae.ru/pdf/2021/01/6742.pdf>

**Учебно-методические издания:**

1. Маркетинг таможенных услуг: опорный конспект лекций (рукопись) 2026- Донецк: [ДонНУЭТ]
2. Маркетинг таможенных услуг: метод. указания для самостоятельной работы и провод. практ. занятий (рукопись). Донецк: [ДонНУЭТ]- 2026.
3. Маркетинг таможенных услуг: метод. указания для провод. практ. занятий (рукопись). Донецк: [ДонНУЭТ] - 2026.

#### **14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ**

<http://mdsdnr.ru/index.php/tamozhnya> Сайт таможенного законодательства ДНР  
[www.customs.ru/](http://www.customs.ru/) Сайт таможенного законодательства и таможенных новостей РФ  
[www.tamognia.ru/](http://www.tamognia.ru/) Сайт таможенных новостей  
[www.gtk.ru/](http://www.gtk.ru/) Официальный сайт Государственного таможенного комитета  
[www.tsk.ru/](http://www.tsk.ru/) Сайт таможенных новостей «ТСК».  
[www.vsluh.ru/](http://www.vsluh.ru/) Поисковая система «Индекс».  
[www.fts.ru/](http://www.fts.ru/) Официальный сайт Федеральной таможенной службы  
[www.garant.ru/](http://www.garant.ru/) Справочно-информационная система «Гарант».

#### **15. МАТЕРИАЛЬНО- ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины «Маркетинг таможенных услуг» используются мультимедийные средства (проектор, ноутбук), наборы кинофильмов, стендами, структурно-логическими схемами и мультимедийные презентации. Кабинеты кафедры маркетинга и торгового дела. Стенды, структурно-логические схемы, приборы, образцы.

## 18. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

| 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 <sup>1</sup>                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Казакова Елена Борисовна                                                                                    | По основному месту работы                                                                                                                                                     | Должность - Профессор, Ученая степень - кандидат экономических наук, Ученое звание - доцент | Высшее, специальность: «Маркетинг», специалист по маркетингу, диплом кандидата экономических наук ДК № 030909  | 1. Справка о прохождении стажировки б\н, 27.04.2026. Организация маркетинговой деятельности предприятия. Стажировка без отрыва 72ч. 10.03.2026 - 25.04.2026. ООО ТПК "Тишина", г. Донецк. |

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Б.1.В.18. «МАРКЕТИНГ ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ»

Направление подготовки/Специальность 38.05.02 Таможенное дело

Трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

**знать:** основные компоненты таможенного маркетинга и особенности таможенных услуг; основные методы проведения маркетинговых исследований; понятие «маркетинговая среда» и ее структуру; этапы формирования цен на товары и услуги в условиях рынка; необходимость каналов распределения товаров в таможенном маркетинге и их природу; понятие маркетинговой коммуникации и систему маркетинговых коммуникаций; формы организации маркетинговой деятельности таможенного предприятия; стратегическое планирование таможенного маркетинга, его содержание и основные этапы; формы контроля маркетинговой деятельности;

**уметь:** использовать различную (специальную и справочную) литературу по маркетингу при решении практических вопросов маркетингового подхода к работе таможенных органов; пользоваться информационно-правовыми системами; принимать правовые и управленческие решения при выполнении своих должностных обязанностей; уметь самостоятельно применять полученные знания, используемые в практике зарубежного и отечественного опыта управления;

**владеть:** методами осуществления управленческой деятельности; навыками самостоятельного приобретения новых знаний; навыками аргументации применительно к сфере профессиональной деятельности.

Компетенции выпускников и индикаторы их достижения

| Код и наименование компетенции                                                                                                   | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий | ИД-1. УК-1. Анализирует проблемную ситуацию как целостную систему, выявляя ее составляющие и связи между ними                                  |
|                                                                                                                                  | ИД-1. УК-2. Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации                  |
|                                                                                                                                  | ИД-1. УК-3. Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них |

Смысловые модули и темы дисциплины:

### Смысловой модуль 1. Особенности маркетинга таможенных услуг

Тема 1.1. Маркетинг услуг: понятие и основные категории

Тема 1.2. Маркетинг в сфере таможенных услуг

Тема 1.3. Классификация и теоретические модели таможенных услуг

### Смысловой модуль 2. Комплекс маркетинга государственных таможенных услуг

Тема 2.1. Формирование системы маркетинга государственных таможенных услуг

Тема 2.2. Маркетинговый мониторинг государственных таможенных услуг

Тема 2.3. Проблемы маркетинга таможенных услуг

**Смысловой модуль 3. Система управления таможенными услугами на основе маркетинга и международных стандартов**

Тема 3.1. Маркетинговые исследования: процесс, методы и инструменты

Тема 3.2. Оценка качества таможенных услуг

Тема 3.3. Создание системы управления таможенными услугами на основе международных стандартов

Форма промежуточной аттестации: \_\_\_\_\_ зачет \_\_\_\_\_  
(зачет, экзамен)

Разработчик:

Казакова Е.Б., канд. экон. наук, доцент  
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

  
(подпись)

Заведующий кафедрой маркетинга и ТД  
Рвачёва Ирина Михайловна, к.э.н., доцент  
(ФИО, ученая степень, ученое звание)



\_\_\_\_\_  
(подпись)