

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна

Должность: Проректор по учебно-методической работе

Дата подписания: 08.12.2022 08:18:15

Уникальный программный ключ:

b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

**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



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.04.02 МАРКЕТИНГ ПРОДАЖ

Укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление

Программа высшего образования – программа бакалавриата

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Профиль Маркетинг

Факультет Маркетинга и торгового дела

Курс, форма обучения: очная форма обучения 4 курс

очно-заочная форма обучения 5 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

**Донецк
2025**

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг продаж» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, профиль Маркетинг, разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:

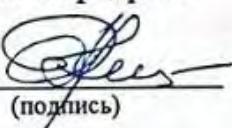
- в 2025 г. - для очной формы обучения;
- в 2025 г. – для очно-заочной формы обучения.

Разработчики: Бессарабова А.А., кандидат экономических наук, доцент.
Левченко Д.М., ассистент

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела

Протокол от «25» февраля 2025 года № 16

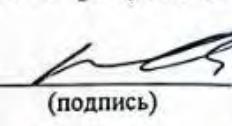
Зав. кафедрой


(подпись)

И.М. Рвачева
(фамилия и инициалы)

СОГЛАСОВАНО:

Декан факультета маркетинга и торгового дела

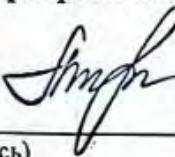

(подпись)



Дата «25» февраля 2025 года

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»
Протокол от «26» февраля 2025 года № 7

Председатель 
(подпись) Л. В. Крылова

ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование показателя	Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего 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 Направление подготовки 38.03.01 Экономика	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
Модулей – 1 Смысловых модулей – 3 Общее количество часов – 108	Профиль Маркетинг		
Количество часов в неделю для очной формы обучения: аудиторных – 2; самостоятельной работы обучающегося – 2	Программа высшего образования – программа бакалавриата	Год подготовки 4-й 5-й Семестр 7-й Зимняя сессия Лекции 16 час. 16 час. Практические, семинарские занятия 14 час. 14 час. Лабораторные занятия 0 час. 0 час. Самостоятельная работа 76,95 час. 76,15 час. Индивидуальные задания*: ЗТМК СРС Форма промежуточной аттестации: (зачет, зачет с оценкой, экзамен) зачет зачет	

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:

для очной формы обучения – 30/76,95

для очно-заочная формы обучения – 30/76,15

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.04.02 «Маркетинг продаж» относится к части формируемой участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору).

«Маркетинг продаж» помогает студентам в выполнении *задач*
- *профессиональной деятельности*:

Подготовка заданий и разработка системы социально-экономических показателей хозяйствующих субъектов; разработка проектных решений с учетом фактора неопределенности;

Подготовка заданий и разработка методических и нормативных документов, а также предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ;

составление всех видов планов предприятий, учреждений и организаций различных форм собственности, в том числе планов международного сотрудничества и развития внешних связей;

разработка стратегии предприятия на различных рынках, в том числе внешнеэкономической;

разработка оптимальной структуры управления на предприятии; разработка мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта продукции на внешнем и внутреннем рынках;

- *маркетинговой деятельности*:

проведение информационно-аналитической работы в области функционирования внутреннего и внешнего рынков товаров и услуг, динамики их конъюнктуры и инфраструктуры с целью разработки адекватных маркетинговых решений в области товарной, ценовой, коммуникационной политики;

анализ и оценка поведения потребителей и маркетинговых инструментов воздействия на него при формировании потребительского спроса с учетом социальной направленности и экологических параметров их спроса и предложения;

организация, проведение и оценка результативности маркетинговых исследований в области предложения товаров и услуг, ценообразования, коммуникаций;

разработка и реализация эффективного комплекса маркетинга для обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг предприятия во внешней среде; учебных дисциплин профессионального цикла, свободного выбора студента.

При ее освоении используется знания следующих дисциплин: «Маркетинг», «Организация, технология и проектирование предприятий», «Маркетинг услуг», «Торговый маркетинг», «Мерчандайзинг» и «Маркетинговая политика распределения».

«Входные» требования к знаниям и умениям обучающихся:

- владение основами маркетинговой деятельности;

- умение самостоятельно интегрировать ранее полученные знания по разным учебным предметам для решения познавательных задач;
- владение комплексом маркетинговых инструментов;
- применять основные методы исследования рынка;
- разрабатывать маркетинговые стратегии организаций в сфере торговли.

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 к формированию маркетинговой стратегии организации, планированию и контролю маркетинговой деятельности организации	ИДК-2 пк-4 Уметь проводить оценку результативности маркетинговых программ; осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации. ИДК-3 пк-4 Владеть навыками создания и развития стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации; создания и развития операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: - общую схему процесса продажи,

- психологические особенности и специфику делового взаимодействия с людьми различных типов поведения;

- ключевые направления процесса взаимодействия с покупателями;
- техники и приемы продаж, используемые при работе с клиентами;

- потребности покупателя и способы влияния на принимаемые им решения.

уметь: - работать с индивидуальными и групповыми клиентами;

- настраиваться на клиента, его потребности и предпочтения;

понять запросы покупателя;

- упреждать различные критические ситуации в процессе продажи;

- корректировать свои действия с учетом особенностей поведения клиента;

владеть: - методами реализации управленческих функций и принятием решений;

- - владеть методами и средствами управления продажами и торговым бизнесом.

5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Смысовой модуль 1. Продажи в системе маркетинга

Тема 1.Продажи в системе маркетинга

Тема 2. Организация взаимодействия с покупателями: технологии и стратегии продаж

Смысовой модуль 2. Сущность и организация взаимодействия с покупателями

Тема 1. Процесс продажи

Тема 2. Технологии нейролингвистического программирования в организации

Смысовой модуль 3. Сущность и организация взаимодействия контактного персонала с покупателями

Тема 1. Контактный персонал и работа с клиентами

Тема 2. Поведение покупателей

Тема 3. Классификация клиентов по стереотипам поведения
 Тема 4. Работа с проблемными клиентами в процессе продаж

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	л а б ³	инд ⁴	CPC ⁵		л	п	лаб	инд	CPC	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Модуль 1. Цифровой маркетинг													
Смысловой модуль 1. Продажи в системе маркетинга													
Тема 1. Продажи в системе маркетинга	15	2	2				11	15	2	2			11
Тема 2. Организация взаимодействия с покупателями: технологии и стратегии продаж	12	2	2				8	13	2	2			9
<i>Итого по смысловому модулю 1</i>	27	4	4				19	28	4	4			20
Смысловой модуль 2. Сущность и организация взаимодействия с покупателями													
Тема 1. Процесс продажи	14	2	2				10	14	2	2			10
Тема 2. Технологии нейролингвистического программирования в организации системы продаж	12	2	2				8	13	2	2			9
<i>Итого по смысловому модулю 2</i>	26	4	4				18	27	4	4			19
Смысловой модуль 3. Сущность и организация взаимодействия контактного персонала с покупателями													
Тема 1. Контактный персонал и работа с клиентами»	13	2	2				9	12	2	2			8
Тема 2. Поведение покупателей	13	2	2				9	12	2	2			8
Тема 3. Классификация клиентов по стереотипам поведения	10	2	1				7	10	2	1			7
Тема 4. Работа с проблемными клиентами в процессе продаж	9,95	2	1				6,95	7,15	2	1			4,15
<i>Итого по смысловому модулю 3</i>	45,95	8	6				31,95	41,15	8	6			27,15

Всего по смысловым модулям	106,95	16	14		76,95	75,1	16	14				76,15
<i>Катт</i>	0,8					0,8						
<i>СРЭк</i>												
<i>ИК</i>												
<i>КЭ</i>												
<i>Каттэк</i>	0,25					0,25						
<i>Контроль</i>												
Всего часов	108	16	14		76,95	108	16	14				76,15

- 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	очно-заочная форма
1	Продажи в системе маркетинга	2	2
2	Организация взаимодействия с покупателями: технологии и стратегии продаж	2	2
3	Процесс продажи	2	2
4	Технологии нейролингвистического программирования в организации системы продаж	2	2
5	Контактный персонал и работа с клиентами»	2	2
6	Поведение покупателей	2	2
7	Классификация клиентов по стереотипам поведения	1	1
8	Работа с проблемными клиентами в процессе продаж	1	1
Итого:		14	14

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	Очно-заочная форма
1	Продажи в системе маркетинга	11	11
2	Организация взаимодействия с покупателями: технологии и стратегии продаж	8	9
3	Процесс продажи	10	10
4	Технологии нейролингвистического программирования в организации системы продаж	8	9
5	Контактный персонал и работа с клиентами»	9	8

6	Поведение покупателей	9	8
7	Классификация клиентов по стереотипам поведения	7	7
8	Работа с проблемными клиентами в процессе продаж	6,95	4,15
Итого:		76,95	76,15

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 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.

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. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Не предусмотрены учебным планом

12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Маркетинг продаж: опорный конспект лекций - Донецк: [ДонНУЭТ], 2020. - Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ

Маркетинг продаж: метод. указания по провед. практ. занятий. Донецк: [ДонНУЭТ], 2020. - Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ

13. 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	15
- контрольная работа	3	9
- опрос	5	30
- задачи	3	24
- доклады	4	22
Промежуточная аттестация	зачет	100
Итого за семестр		100

* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по учебной дисциплине

Система оценивания по учебной дисциплине на очно-заочной форме обучения

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- тестовые задания	40	40
- практическая работа	60	60
Промежуточная аттестация	зачет	100
Итого за семестр		100

Перечень вопросов к зачету:

Вопросы контроля по Модулю 1 «Комплекс маркетинга в розничной торговле»

1. Мультиатрибутивная модель торговой услуги
2. Формат магазина как следствие стратегии бизнеса
3. Процедура выбора месторасположения предприятия розничной торговли
4. Распределение в торговом зале
5. Мерчандайзинг

6. Цели ценообразования и влияющие на него факторы
7. Стратегии ценообразования в розничной торговле
8. Методы ценообразования в розничной торговле
9. Методы продвижения в торговом маркетинге
10. Разработка рекламной кампании в розничной торговле

Вопросы контроля по Модулю 2. «Продажи в системе маркетинга».

1. Дайте характеристику основным технологиям продаж и условиям их реализации.
2. В чем сущность презентационной модели мотивирования покупателя?
3. Раскройте сущность коммуникативной модели мотивирования покупателя.
4. В чем заключаются психологические основы и особенности применения технологии «Клиент-Эксперт»?
5. Перечислите стартовые ситуации в продажах.
6. Назовите основные признаки лояльности потребителей.
7. Что такое программа лояльности?
8. Назовите основные правила работы с постоянными клиентами.
9. В чем заключается роль продавца в формировании лояльности покупателя.
10. Раскройте сущность управления взаимоотношениями с клиентами на основе CRM-технологий.

Вопросы контроля по Модулю 3. «Сущность и организация взаимодействия контактного персонала с покупателями»

1. По каким критериям классифицируют клиентов?
2. Перечислите основные подходы к определению психологических типов клиентов.
3. В чем заключаются психологические свойства и особенности темперамента, влияющие на эффективность процесса управления продажами?
4. Охарактеризуйте методы взаимодействия с собеседниками различных психологических типов в процессе продажи.
5. Какие типы трудных клиентов вы знаете?
6. Дайте характеристику основным типам специалистов по продажам и уровню их профессионализма.
7. Назовите характерные черты преуспевающих торговых агентов.
8. Какие деловые и личностные качества характерны менеджерам по продажам?
9. Перечислите и дайте характеристику основным психологическим установкам продавца.
10. Охарактеризуйте стили руководства торговым персоналом.

14. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Текущее тестирование и самостоятельная работа								ИИР	Сумма в баллах		
Смысlovой модуль N 1		Смысlovой модуль N 2		Смысlovой модуль N 3							
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8				
10	10	10	10	10	10	10	10	20	100		

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

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
		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)

15. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Азарян Е.М., Казакова Е.Б., Яковлева Ю.К.

Торговый маркетинг: конспект лекций; М-во образования и науки Донец. Народ. Респ., Гос. орг. высш. проф. образования «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. маркетинга и коммерч. дела. – Донецк : [ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2017 – 150 с.

2. Казакова, Е. Б., Маркетинг продаж: конспект лекций [Отрасль знаний 38.04.01 «Экономика», направление подготовки «Маркетинг», ФМТТД] / Е. Б. Казакова ; Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, Каф. маркетинга и торгового дела . – Донецк : [ДонНУЭТ], 2022 . – Локал. компьютер.сеть НБ

3. Маркетинг продаж. Методические рекомендации для самостоятельной работы и практических занятий для студентов направления подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль «Маркетинг» программы подготовки «Магистратура» очной и заочной форм обучения (Электронный ресурс)/ Казакова Е.Б.; ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. маркетинга и коммерч. дела. – Донецк: [ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2018 – 34 с.

Дополнительная

1. Маркетинг торговых услуг: учеб. пособие / Е.Б. Казакова, А.А. Азарян. – Донецк: ООО НПП «Фолиант», 2019. – 160 с.
2. Беляев В.И. Маркетинговые стратегии развития предприятий в сфере услуг: методы формирования и обоснования [Электронный ресурс]. – Донецк: ДонНУЭТ, 2015. – Режим доступа: cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-strategii
3. Маркетинг. Маркетинг услуг: практикум Е.Б. Казакова, А.А. Азарян. - Донецк: ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского, 2018 - 140 с.

4. Дмитрий Потапов Маркетинг продаж. Электронный учебник. Режим доступа: https://www.e-reading.club/bookreader.php/68832/Potapov_-_Marketing_prodazh.html
5. Маркетинг: Учебник. / Под ред. Азарян Е.М. М-во образования и науки Донец. Народ. Респ., Гос. орг. высш. проф. образования «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. маркетинга и коммерч. дела. – Донецк : [ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2017 – 440 с.
6. Мерчандайзинг: практикум для самостоятельной работы студентов. - Донецк: ДонНУЭТ, 2016. - Локал. компьютер.сеть НБ ДонНУЭТ (Эл.)

Электронные ресурсы

1. Казакова Е.Б. Маркетинг продаж [Электронный ресурс] :конспект учеб. дисциплины [Отрасль знаний 38.04.01 «Экономика», направление подготовки «Маркетинг», ФМТТД для студ 5 к.] / Е. Б. Казакова ; Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, Каф. маркетинга и торгового дела . – Донецк : [ДонНУЭТ], 2019. – Локал. компьютер.сеть НБ ДонНУЭТ
2. Маркетинг продаж. Методические рекомендации для самостоятельной работы и практических занятий для студентов направления подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль «Маркетинг» программы подготовки «Магистратура» очной и заочной форм обучения (Электронный ресурс)/ Казакова Е.Б.; ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. маркетинга и коммерч. дела. – Донецк: [ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2018 – 34 с.

16. 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 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.
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 lime : Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : ООО «Книжный дом университета». – Электрон. текстовые дан. – Москва, 2017. – Режим доступа : <https://bookonlime.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.

17. 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.

18. 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*
Бессарабова Анна Александровна	По основному месту работы	Должность – доцент кафедры маркетинга и торгового дела, ученая степень – кандидат экономических наук	Высшее, магистр, экономика, диплом кандидата наук КА № 000447	1. Сертификат №20201125/191 от 25.11.2020г., «Экспертная оценка оригинальности научных работ с помощью системы "Антиплагиат"», 2 часа, АО "Антиплагиат", г.Москва 2. Сертификат о повышении квалификации №0437 от 29.09.2021г., «Учебная программа ШПМ по 4-ем направлениям, 20 часов, Государственная организация высшего профессионального образования «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», Школа педагогического мастерства 3. Сертификат участника б/н, 17.02.2021, «Интегрируясь в международное научно-образовательное пространство: погружение в работу с цифровыми идентификаторами для эффективного обмена знаниями и управления авторскими правами», 2 ч., ООО Компания "Ай Пи Ар Медиа", г.Саратов 4. Сертификат №20210909/128, 09.09.2021, «Знакомство с системой "Антиплагиат". Часть 2. Основы работы с отчетом», 2 часа, АО "Антиплагиат", г.Москва 5. Удостоверение о повышении квалификации 61240027043 1-

				14525 «Актуальные вопросы преподавания в образовательных учреждениях высшего образования: нормативно-правовое, психолого-педагогическое и методическое сопровождение» ФГБОУ ВО «ДГТУ» г. Ростов-на-Дону 22.09.22-24.09.22, 12 часов 6. Удостоверение о повышении квалификации 34000181967 13/3-22 – 993 ППК «Организационные и психолого-педагогические основы инклюзивного высшего образования» ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского (КФУ им. В.И.Вернадского)» г. Ялта, 14.11.2022г., 72 часа 7. Сертификат WZ0TBtKjUG «Специалист в сфере закупок» электронная площадка РТС-тендер, 16 марта 2023г., 120 часов
Левченко Денис Максимович	По основному месту работы	Должность – ассистент кафедры маркетинга и таможенного дела	Высшее, магистр, экономика, диплом магистра №276/22	