

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 28.02.2025 22:27:53
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f722461b21c

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

«ЛВ»

2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.21. «МАРКЕТИНГ ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ»

(название учебной дисциплины)

Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление
(код, наименование)
Программа высшего образования _____ – программа специалитета
Направление подготовки 38.05.02 Таможенное дело
(код, наименование)
Факультет _____ таможенного дела

Курс, форма обучения:
очная форма обучения 3 курс
заочная форма обучения 5 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Донецк
2024

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг таможенных услуг» для обучающихся по направлению подготовки 38.05.02 Таможенное дело, разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:

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

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

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела Протокол от «_20_» февраля 2024 года № 15

Зав. кафедрой


(подпись)



СОГЛАСОВАНО:

Декан факультета маркетинга и торгового дела

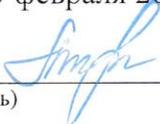

(подпись)



Дата «_20_» февраля 2024 года

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»
Протокол от «_28_» февраля 2024 года № 7

Председатель  Л. В. Крылова
(подпись)

© Казакова Е.Б., 2024 год
© ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ», 2024 год

1. ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование показателя	Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования	Характеристика учебной дисциплины	
		очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц – 3	Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление	часть, формируемая участниками образовательных отношений	
	Направление подготовки 38.05.02 Таможенное дело		
Модулей – 1		Год подготовки	
Смысловых модулей – 3		3-й	5-й
Общее количество часов – 108		Семестр	
		6-й	Зимняя сессия
	Лекции		
	18 час.	8 час.	
Количество часов в неделю для очной формы обучения: аудиторных – 2 самостоятельной работы студента – 4	Программа высшего образования – программа специалитета	Практические, семинарские занятия	
		16 час.	8 час.
		Лабораторные занятия	
		час.	час.
		Самостоятельная работа	
		72,85 час.	88,55 час.
		Индивидуальные задания:	
		-	-
Форма промежуточной аттестации: (зачет, экзамен)			
Зачет	Зачет		

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:
 для очной формы обучения – 34/72,85
 для заочной формы обучения – 16/88,55

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

- **Задачи:** 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

По направлению подготовки 38.05.02 Таможенное дело, дисциплина Б.1.В.21 «Маркетинг таможенных услуг» относится к вариативной части профессионального цикла.

«Маркетинг таможенных услуг» помогает студентам 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 студентам требуется подготовка в объеме, соответствующем успешному прохождению курсов: «Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Маркетинговые исследования».

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>
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

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
	последовательности шагов, предвидя результат каждого из них

В результате изучения учебной дисциплины студент 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, приемами: методами осуществления управленческой деятельности; навыками самостоятельного приобретения новых знаний; навыками аргументации применительно к сфере профессиональной деятельности.

5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ 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

6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л ¹	п ²	лаб ³	инд ⁴	СРС ⁵		л	п	лаб	инд	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1.												
Смысловой модуль 1. Особенности маркетинга таможенных услуг												
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
Итого по смысловому модулю 1	36	6	6	-	-	24	36	2	2	-	-	32
Смысловой модуль 2. Информационные технологии таможенной деятельности												
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
Итого по смысловому модулю 2	36	6	6	-	-	24	36	2	2	-	-	32
Смысловой модуль 3. Система управления таможенными услугами на основе маркетинга и международных стандартов												
Тема 3.1. Маркетинговые исследования: процесс, методы и инструменты	12	2	2			8	12	2	2			8
Тема 3.2. Оценка качества таможенных услуг	12	2	2			8	12	1	1			10

Тема 3.3. Создание системы управления таможенными услугами на основе международных стандартов	10,85	2	-			8,85	10,55	1	1			8,55
Итого по смысловому модулю 3	34,85	6	4	-	-	25,85	34,55	2	2	-	-	30,55
Всего часов	106,85	18	16	-	-	72,85	106,55	8	8	-	-	88,55
<i>Катт</i>	0,9						1,2					
<i>СРэк</i>												
<i>ИК</i>												
<i>КЭ</i>												
<i>Каттэк</i>	0,25						2,5					
<i>Контроль</i>							2					
Всего часов	108	18	16			72,85	108	8	8	-		88,55

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
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	2
7.	Маркетинговые исследования: процесс, методы и инструменты	2	1
8.	Оценка качества таможенных услуг	2	1

9.	Создание системы управления таможенными услугами на основе международных стандартов	-	2
Всего:		16	8

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

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

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная
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	8	8
8.	Оценка качества таможенных услуг	8	10
9.	Создание системы управления таможенными услугами на основе международных стандартов	8,85	8,55
Всего:		72,85	88,55

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;
- 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. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Вопросы к текущему модульному контролю

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. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

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

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

Оценочные средства детализируются по видам работ в оценочных материалах по учебной дисциплине, которые утверждаются на заседании кафедры.

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	<i>зачет</i>	<i>100</i>
Итого за семестр	<i>100</i>	

* 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:		
- тестовые задания	40	40
- практическая работа	60	60
Промежуточная аттестация	<i>зачет</i>	<i>100</i>
Итого за семестр	<i>100</i>	

Организация текущего контроля по дисциплине "Маркетинг таможенных услуг" для студентов дневной формы обучения состоит из трех частей:

- 1) контроль систематичности и активности работы в течение семестра над изучением программного материала;
- 2) контроль за выполнением трех модульных задач;
- 3) выполнение задач для самостоятельной работы.

При контроле систематичности и активности работы студента на практических занятиях могут подлежать оценке: посещение практических занятий; уровень знаний, продемонстрированный в ответах; выступления на практических занятиях; активность при обсуждении вопросов, вынесенных на практические занятия; результаты экспресс-тестирования и тому подобное.

При контроле выполнения задач для самостоятельной работы оценке могут подлежать: самостоятельную проработку тем в целом или отдельным вопросам; выполнение домашних заданий; выполнение индивидуальных аналитически-расчетных ситуационных задач; выполнение индивидуальных работ с элементами научного исследования и др.

14. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ СТУДЕНТЫ

Текущее тестирование и самостоятельная работа									Итоговый контроль (зачет)	Сумма в баллах
Смысловой модуль N 1			Смысловой модуль N 2			Смысловой модуль N 3			10	100
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9		
10	10	10	10	10	10	10	10	10		

T1, T2... T9– темы смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

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

15. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Азарян Е. М. Маркетинг услуг: учеб. пособие / Е.М. Азарян, Е.Б. Казакова, Ю.К. Яковлева. – Донецк: ООО "НПП "Фолиант", 2017 – 164 с.
2. Макрусев В.В. Управление таможенным делом [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.В. Макрусев [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — СПб. : Троицкий мост, 2018. - 448 с.
3. Казакова, Е. Б. Маркетинг таможенных услуг: конспект лекций для самост. работы студ. – (рукопись) Донецк: [ДонНУЭТ].

Дополнительная

1. Попова Д.А. Проблемы взаимодействия таможенных органов и участников внешнеэкономической деятельности в рамках Таможенного союза // Молодой ученый. 2022. № 14. С. 175–177.
2. Ковальчук О.В. Проблемы и перспективы развития системы таможенных услуг в Российской Федерации// Современные проблемы науки и образования. – 2019. – № 6
3. 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.
4. Казакова, Е. Б. Маркетинг услуг [Электронный ресурс]: конспект лекций для студентов направления подготовки 38.03.01 «Экономика», профиля «Маркетинг», специализация «Рекламный бизнес», «Маркетинг услуг», образовательного уровня «бакалавр», всех форм обучения / Е. Б. Казакова; М-во образования и науки ДНР, ГОВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского", Каф. маркетинга и торгового дела. – Донецк: [ДонНУЭТ], 2021 . – Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.

Электронные ресурсы

1. В. В. Пилипчук, Н. П. Плоткина, А. В. Зырянова Роль и проблемы маркетинга в сфере таможенных услуг http://vfrta.customs.ru/vfrta/images/stories/journal_2017-1_04pilipchuk.pdf
2. В сфере таможенных услуг <https://mydocx.ru/4-72680.html>
3. Система таможенного маркетинга: принципы формирования и организации. Осипенкова А.С. <http://econfr.rae.ru/pdf/2018/01/6742.pdf>

16. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

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

17. 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

Фамилия, имя, отчество	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
Казакова Елена Борисовна	По основному месту работы	Профессор, кандидат экономических наук, доцент	Высшее, специальность: «Маркетинг», специалист по маркетингу, диплом кандидата экономических наук ДК № 030909	1. Сертификат о повышении квалификации №0204 от 08.11.2019г., «Комплексное сопровождение образовательного процесса обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», 36 часов, Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Школа педагогического мастерства.