Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 17.11.2026 14:03:49
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 ТОВАРОВЕДЕНИЯ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ И КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____Крылова Л. В.
(подпись)
«25 » марта 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1. В.30 ТОВАРОВЕДНЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА

(шифр, название дисциплины)

Укрупненная группа направлений подготовки	38.00.00 Экономика и управление (код, наименование)
Образовательная программа высшего образования	программа бакалавриата
Направление подготовки	38.03.07 Товароведение (код, наименование)
Профиль	Товароведение непродовольственных товаров и коммерческая деятельность
Факультет маркетинга и торгового дела	
Форма обучения, курс	очная форма обучения 2 курс очно-заочная форма обучения 2 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк
2026

Рабочая программа дисциплины «Товароведные аспекты маркетинга» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение, профилю: Товароведение непродовольственных товаров и коммерческая деятельность разработана в соответствии с ОПОП ВО для набора обучающихся 2026 года.

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

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры
Протокол от «18» февраля 2026 года №24

Зав. кафедрой товароведения непродовольственных товаров
и креативной индустрии

_____ Ольмезова Н. А.
(подпись) (фамилия, инициалы)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела

_____ Махноносов Д. В.
(подпись) (фамилия, инициалы)

Дата «24» февраля 2026 года

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от «25» марта 2026 года № 8

Председатель_____ Крылова Л.В.

©Ткаченко А.А.,
(ФИО разработчиков)
© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2026 год

1. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование показателя</td><td rowspan="2">Наименование укрупненной группы направлений подготовки/специальностей, направление подготовки/специальность, профиль/магистерская программа/специализация, программа высшего образования</td><td colspan="2">Характеристика дисциплины</td></tr>
<tr><td>очная форма обучения</td><td>очно-заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц – 3</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление
(код, название)</td><td colspan="2" rowspan="2">Часть, формируемая участниками образовательных отношений</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки 38.03.07 Товароведение
(код, название)</td></tr>
<tr><td>Модулей – 1</td><td rowspan="6">Профиль Товароведение непродовольственных товаров и коммерческая деятельность
(название)</td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td>Смысловых модулей – 3</td><td>2-й</td><td>2-й</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Общее количество

часов –108</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>3-й</td><td>3-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td>36 часов</td><td>20 часов</td></tr>
<tr><td rowspan="8">Количество часов в неделю для очной формы обучения:

аудиторных – 2;
самостоятельной работы обучающегося – 5</td><td rowspan="8">Программа высшего образования – программа бакалавриата</td><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>-</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторные занятия</td></tr>
<tr><td>34 часов</td><td>18 часов</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>35,95 часов</td><td>67,75 часов</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации:</td></tr>
<tr><td>зачет</td><td>зачет</td></tr>
</table>

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:

для очной формы обучения – 70:35,95

для очно-заочной формы обучения - 38:67,75

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.11.01 «Товароведные аспекты маркетинга» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП ВО.

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

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ, 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*
ПК-11. Способен применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации товаров с учетом их потребительских свойств	ИДК-1$_{ПК-11}$. Знает основы товарного менеджмента и маркетинга ИДК-2$_{ПК-11}$. Применяет принципы товарного менеджмент и маркетинга на всех этапах товародвижения ИДК-3$_{ПК-11}$. Внедряет современные методы товарного менеджмента и маркетинга

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

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

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

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

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МОДУЛЬ 1. «ТОВАРОВЕДНЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА»

Смысловой модуль 1. Развитие товарного рынка и товарная политика предприятия

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

Тема 2. Системный анализ развития товарного рынка.

Смысловой модуль 2. Товароведные аспекты маркетинга новых товаров

Тема 3. Внедрение на товарном рынке новых товаров.

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

Тема 5. Товароведная оценка видового ассортимента товаров.

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

Тема 6. Товароведные решения в системе рыночной ориентации предприятий.

Тема 7. Практика защиты прав потребителей.

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

6. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						очно-заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	СР	Пр[5]		л	п	лаб	СР	Пр[5]
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1. Товароведные аспекты маркетинга												
Смысловой модуль 1. Развитие товарного рынка и товарная политика предприятия												
Тема 1. Развитие рынка и обеспечения потребностей населения в непродовольственных товаров	18	6		5	7		18	3		3	12	
Тема 2. Системный анализ развития товарного рынка	17,95	6		5	6.95		18	3		3	13	
Итого по смысловому модулю 1	**35,95**	**12**		**10**	**13,95**		**36**	**6**		**6**	**25**	
Смысловой модуль 2. Товароведные аспекты маркетинга новых товаров												
Тема 3. Внедрение на товарном рынке новых товаров	11	4		4	3		12	2		2	6	
Тема 4. Системный анализ комплексной оценки качества и конкурентоспособности товаров	11	4		4	3		12	2		2	6	
Тема 5. Товароведная оценка видового ассортимента товаров	12	4		4	4		12	3		2	8	
Итого по смысловому модулю 2	**34**	**12**		**12**	**10**		**36**	**7**		**6**	**20**	
Смысловой модуль 3. Товароведные решения в системе товароснабжения, сбыта и послепродажной деятельности предприятий												
Тема 6. Товароведные решения в системе рыночной ориентации предприятий	12	4		4	4		12	2		2	8	
Тема 7. Товароведные решения в системе рыночной ориентации предприятий	12	4		4	4		12	2		2	8	
Тема 8. Товароведные	12	4		4	4		12	3		2	6,75	

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						очно-заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	СР	Пр[5]		л	п	лаб	СР	Пр[5]
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
аспекты процессов организации сбыта товаров и упаковки												
Итого по смысловому модулю 3	**36**	**12**		**12**	**12**		**36**	**7**		**6**	**22,75**	
Всего по смысловым модулям	**108**	**36**		**34**	**35,95**	**70,2**	**108**	**20**		**18**	**67,75**	**41,7**

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

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно-заочная форма
1	Тема 1. Развитие рынка и обеспечения потребностей населения в непродовольственных товаров	4,5	2
2	Тема 2. Системный анализ развития товарного рынка	4,5	2
3	Тема 3. Внедрение на товарном рынке новых товаров	4,5	2
4	Тема 4. Системный анализ комплексной оценки качества и конкурентоспособности товаров	4,5	2
5	Тема 5. Товароведная оценка видового ассортимента товаров	4	2
6	Тема 6. Товароведные решения в системе рыночной ориентации предприятий	4	2
7	Тема 7. Товароведные решения в системе рыночной ориентации предприятий	4	2
8	Тема 8. Товароведные аспекты процессов организации сбыта товаров и упаковки	4	4
Всего:		34	18

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно-заочная форма
1	Тема 1. Развитие рынка и обеспечения потребностей населения в непродовольственных товаров	4,45	8
2	Тема 2. Системный анализ развития товарного рынка	4,5	8
3	Тема 3. Внедрение на товарном рынке новых товаров	4,5	8

4	Тема 4. Системный анализ комплексной оценки качества и конкурентоспособности товаров	4,5	8
5	Тема 5. Товароведная оценка видового ассортимента товаров	4,5	8
6	Тема 6. Товароведные решения в системе рыночной ориентации предприятий	4,5	8
7	Тема 7. Товароведные решения в системе рыночной ориентации предприятий	4,5	8
8	Тема 8. Товароведные аспекты процессов организации сбыта товаров и упаковки	4,5	11,75
Всего:		35,95	67,75

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;
- зачёт 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;
- зачёт проводится в устной форме или выполняется 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 учебной дисциплине по очной форме обучения*

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

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в заочной форме обучения

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

Вопросы для текущего модульного контроля (ТМК)

Смысловой модуль 1. Развитие товарного рынка и товарная политика предприятия

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

Смысловой модуль 2. Товароведные аспекты маркетинга новых товаров

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

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

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

Перечень вопросов к контрольной работе

1. Понятие «конкуренция» и «конкурентоспособность» товаров.
2. Жизненный цикл товара.
3. Рыночная дифференциация предприятий.
4. Способы отбора респондентов для опроса.
5. Тенденции развития науки и техники - показатели формирования конкурентоспособности товаров.
6. Сущность и критерии определения новых товаров и товаров рыночной новизны.
7. Разработка концепции нового товара.
8. Понятия «качество» и «конкурентоспособность» товаров и ее составляющие.
9. Особенности товарной марки «Бренд».
10. Освоение рынка новыми товарами.
11. Показатели конкурентоспособности товаров.
12. Информативность товара (элементы и требования к товарной информации).
13. Средства определения новизны товаров.
14. Пути обеспечения конкурентоспособности отечественных товаров.
15. Цена потребления товара (составляющие, одноразовые и текущие расходы потребителя).
16. Выбор товаров – аналогов и критериев отбора товаров – образцов как первый этап оценки конкурентоспособности.
17. Формы опроса потребителей товаров.
18. Имидж товара.
19. Товароведная оценка видового ассортимента товаров.
20. Суть и значение изучения потребительских оценок товаров.
21. Виды кодовых систем товаров.
22. Показатели конкурентоспособности товаров.
23. Товароведные аспекты классификации товаров.
24. Основные методы определения потребностей потребителей.
25. Развитие и реализация действующей рекламы – организационный показатель конкурентоспособности товаров.
26. Основные понятия «фирменный стиль» (товарный знак, логотип, фирменный блок, фирменный цвет, фирменные константы).
27. Оптимизация ассортимента товаров – важная составляющая механизма обеспечения баланса спроса и предложения на рынке.
28. Концепция жизненного цикла нового товара на конкурирующем рынке.
29. Формирование спроса и стимулирование сбыта товаров – их значение в обеспечении конкурентоспособности товаров.
30. Характеристика видов товарной марки.

Вопросы для подготовки к зачету

1.Конкурентоспособность товара: источники преимуществ и проблем.
2.Способы продления жизненного цикла товара.

3.Инструментальное обеспечение процесса побуждения потребителя к покупке.
4.Влияние рекламы на человека как потребителя.
5.Консюмеризм – рыночная сила воли потребителей.
6.Товарные аспекты оценки деятельности предприятия.
7.Товар: функции удовлетворения и формирования потребителя.
8.Причины искажения информации о потребностях потребителей.
9.Методы прогнозирования: эвристические и экономико-математические.
10.Средства товарной информации.
11.Характеристика свойств безопасности потребления.
12.Характеристика экологических свойств товаров.
13.Исследование потребителей как основа формирования торгового ассортимента товаров.
14.Возврат покупателям недоброкачественных товаров: условия, сроки, необходимые документы.
15.Сертификация товаров как процесс защиты и безопасности потребителя.
16.Проблемы идентификации и фальсификации потребительских товаров.
17.Методы и формы воздействия на покупателя.
18.Характеристика свойств надежности товаров народного потребления.
19.Определение ценности товара для потребителя и его удовлетворение.
20.Привлечение и удержание потребителей.
21.Проблемы, связанные с разработкой нового товара.
22.Процесс принятия товара потребителями.
23.Классификация потребительских товаров.
24.Классификация товаров промышленного назначения.
25.Реакция на изменение цен конкурентов и потребителей.
26.Стандартизация товара – условие эффективности маркетинговой деятельности компании.
27.Гарантийное обслуживание – условие маркетинговых характеристик товара.
28.Сервисное обслуживание - условие продвижения маркетинговых характеристик товара.
29.Ассортимент товаров – условие управления маркетингом компании.
30.Товар как отражение деятельности компании на рынке.

12. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу								**Максимальная сумма баллов**
Смысловой модуль № 1		**Смысловой модуль № 2**			**Смысловой модуль № 3**			
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	100
15	15	15	10	10	10	10	15	

Примечание. Т1, Т2, ... Т10 – номера тем соответствующих смысловых модулей

13. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Тультаев Т.А. Маркетинг товаров и услуг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Тультаев Т.А. - Электрон. текстовые данные.— Москва: Евразийский открытый институт, 2011. - 318 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10764.html. - ЭБС «IPRbooks»

2. Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс]: практикум/ Акулич И.Л. - Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2010. - 412 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/20086.html. - ЭБС «IPRbooks»

3. Дьякова Т.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дьякова Т.М. - Электрон. текстовые данные. - Саратов: Вузовское образование, 2014. - 162 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/21548.html. - ЭБС «IPRbooks»

Дополнительная литература:

1. Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Акулич И.Л. - Электрон. текстовые данные. - Минск: Вышэйшая школа, 2010. - 525 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/20087.html. - ЭБС «IPRbooks»

2. Помаз И.В. Прикладной маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Помаз И.В., Шингирей С.А., Харкевич А.М. - Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2007. - 431 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/21749.html.— ЭБС «IPRbooks»

3. Гусятникова Д.Е. 10 основных ситуаций при покупке товаров [Электронный ресурс]/ Гусятникова Д.Е. - Электрон. текстовые данные. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2009. - 107 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/1645.html. - ЭБС «IPRbooks»

4. Иванова С. Продажи на 100%: эффективные техники продвижения товаров и услуг [Электронный ресурс]/ Иванова С. - Электрон. текстовые данные. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 278 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/86905.html. - ЭБС «IPRbooks»

5. Байбардина Т.Н. Торговая реклама непродовольственных товаров [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Байбардина Т.Н., Бурцева О.А., Процко Т.Л.— Электрон. текстовые данные. - Минск: Вышэйшая школа, 2016. - 208 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/90844.html. - ЭБС «IPRbooks»

6. Ларионов Г.В. Интегрированный товар в инновационно-креативном предпринимательстве [Электронный ресурс]: монография/ Ларионов Г.В.— Электрон. текстовые данные. - Москва: Дашков и К, 2015. - 176 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/60308.html. - ЭБС «IPRbooks»

Учебно-методические издания

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

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная интегрированная библиотечная система (АИБС) «МегаПро». - Москва : ООО «Дата Экспресс», 2024- . - Текст : электронный.
2. Электронная библиотека Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : НБ ДОННУЭТ, 2024 – . – URL: http://192.168.41.108/megapro. – Текст : электронный.
3. IPR SMART : весь контент ЭБС Ipr books : цифровой образовательный ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2007 -. - URL:http://www.iprbookshop.ru. – Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст. Аудио. Изображения : электронные.
4. Лань : электронная-библиотечная система. - Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011-2024. - URL:https://e.lanbook.com/- Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.
5. СЭБ : Консорциум сетевых электронных бибилиотек / Электронная-библиотечная система «Лань» при поддержке Агентства стратегических инициатив. - Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011-2024. - URL:https://seb.e.lanbook.com/ - Режим доступа : для пользователей организаций - участников, подписчиков ЭБС «Лань». - Текст : электронный.
6. Polpred : электронная библиотечная система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО

«Полпред Справочники». - Москва : Полпред Справочники, cop. 1997-2024. - URL:https://polpred.com. - Текст : электронный.
7. Book on lime : дистанционное образование : электронная библиотечная система / издательство КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. - Москва : КДУ, cop. 2017 -. - URL:https://bookonlime.ru. - Текст . Изображение. Устная речь : электронные.
8. Информио : электронный справочник / ООО «РИНФИЦ». - Москва : Издательский дом «Информио», 2009 -. - URL: https://www.informio.ru. - Текст : электронный.
9. Университетская библиотека онлайн : электронная библиотечная система. - ООО «Директ-Медиа», 2006-. - URL:https://biblioelub.ru/ - Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.
10. ZNANIUM : электронно-библиотечная система / ООО «ЗНАНИУМ». – Москва : Знаниум, 2021- . – URL: https://znanium.ru/ – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
11. Научно-информационный библиотечный центр имени академика Л.И. Абалкина / Российский экономический унтиниверситет имени В.Г. Плеханова. - Москва : KnowledgeTree Inc., 2008- . - URL:http://]iber.rea.ru/login.php. - Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.
12. Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. — Москва : Финансовый университет, 2019— . - URL:http://1
ibrary,la.ru/ - Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.
13. Зональная научная библиотека имени Ю.А. Жданова / Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2016 - . - URL:https://librarv.lib.sfedu.ru/ - Режим доступа: для авторизированных пользователей. - Текст : электронный.
14. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: информационно-аналитический портал / ООО Научная электронная библиотека. - Москва : ООО Научная электронная библиотека, cop. 2000-2024. - URL:https://elibrarv.ru. - Режим доступа: для зарегистрированных пользователей. - Текст : электронный.
15. CYBERLENINKA : Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. - Москва : КиберЛенинка, 2012 - . - URL:http://cvberleninka.ru. — Текст : электронный.
16. Национальная электронная библиотека : НЭБ : федеральная государственная информационная система / Министерство культуры Российской Федерации [и др.]. - Москва : Российская государственная библиотека : ООО ЭЛАР, [2008 —]. - URL:https://rusneb.ru/ - Текст. Изображение : электронные.

15. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

№ п/п	Наименование лабораторий и специализированных кабинетов	Перечень оборудования, количество
1	2	3
1.	Учебная лаборатория 4314 «Учебная лаборатория химических исследований непродовольственных	20 посадочных мест, РН-метр лабораторный; аппарат стряхивания жидкости; аппарат Сокслета 250мл; Ариометр; водяная баня; баня для колб без э/п (огневая); магнитная мешалка; муфельная печь; печь молибден; сушильный шкаф;

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

16. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Фамилия, имя, отчества	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совмести-тельства; 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 дополни-тельном профессио-нальном образовании*
Ткаченко Анна Анатольевна	По основному месту работы	Должность-доцент кафедры товароведения непродовольс твенных товаров и креативной индустрии, ученая степень – кандидат экономически х наук, ученое звание-доцент	Высшее, маркетинг, экономист – маркетолог. Диплом кандидата экономических наук серия ДК № 034975	1. Справка о прохождении стажировки №265/12.0-23 от 19.12.2022 г. по программе «Организация научных исследований», 72 часа, Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет»; 2. 1. Справка о прохождении стажировки №98-1/293 от 05.12.2024г. по программе «Развитие инструментально-технологической базы для практико-ориентированной подготовки специалистов», 72 часа, Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Институт физико-органической химии и углехимии им. Л.М. Литвиненко»

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б.1. В.ДВ.11.01 «ТОВАРОВЕДНЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА»

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Профиль: Товароведение непродовольственных товаров и коммерческая деятельность

Трудоемкость дисциплины 3 з. е.

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

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

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

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

Компетенции выпускников и индикаторы их достижения

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

Смысловые модули и темы дисциплины:

Смысловой модуль 1. Развитие товарного рынка и товарная политика предприятия

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

Тема 2. Системный анализ развития товарного рынка.

Смысловой модуль 2. Товароведные аспекты маркетинга новых товаров

Тема 3. Внедрение на товарном рынке новых товаров.

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

Тема 5. Товароведная оценка видового ассортимента товаров.

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

Тема 6. Товароведные решения в системе рыночной ориентации предприятий.

Тема 7. Практика защиты прав потребителей.

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

Форма промежуточной аттестации: _____зачет_____
(зачет, экзамен)

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

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