

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна  
Должность: Проректор по учебно-методической работе  
Дата подписания: 02.03.2025 17:58:50  
Уникальный программный ключ:  
b066544bae1e449cd8bfce3027146376a2711b

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И  
ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**  
**КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

Л. В. Крылова

(подпись)

2024 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.ДВ.06.01 МЕРЧАНДАЙЗИНГ**

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  
2024

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

- в 2024 г. - для очной формы обучения;
- в 2024 г. - для очно-заочная форма обучения

Разработчик: Возиянова Н.Ю., д.э.н., профессор.

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

Зав. кафедрой маркетинга и торгового дела



И.М. Рвачева

(подпись)

(инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела

(подпись)

Д.В. Махносов

(инициалы, фамилия)



Дата 27 февраля 2024 года

ОДОБРЕНО

Учебно - методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от 28 февраля 2024 года № 4

Председатель Л. В. Крылова

(подпись)

© Возиянова Н.Ю., 2024 год

© ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 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 – 2	Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
	Направление подготовки 38.03.01 Экономика		
Модулей – 1	Профиль Маркетинг	<b>Год подготовки</b>	
Смысловых модулей – 3		4-й	5-й
Общее количество часов – 72		<b>Семестр</b>	
	9-й	7-й	
	<b>Лекции</b>		
		18 час.	6 час.
Количество часов в неделю для очной формы обучения:  аудиторных – 2; самостоятельной работы обучающегося – 1,8	Программа высшего образования – программа магистратуры	<b>Практические, семинарские занятия</b>	
		16 час.	18 час.
		<b>Лабораторные занятия</b>	
		-	-
		<b>Самостоятельная работа</b>	
		40,15 час.	36,85 час.
		<b>Индивидуальные задания*:</b>	
		3 ТМК	3 ТМК
<b>Форма промежуточной аттестации:</b>			
		Зачет	Зачет

Примечание. Для очной формы обучения указывается количество проводимых текущих модульных контролей (например, 2ТМК), при наличии – курсовая работа/курсовой проект (КР/КП); для заочной формы обучения указывается, при наличии, аудиторная письменная работа/контрольная работа (АПР), курсовая работа/ курсовой проект (КР/КП).

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:  
для очной формы обучения – 36/36  
для заочной формы обучения – 18/54

## 2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Целью** изучения дисциплины «Мерчандайзинг» является формирование у обучающихся навыков разработки и реализации проектов в области стимулирования продаж путем применения инновационного инструментария мерчандайзинга в практике ведения бизнеса в торговле в современных условиях омниканального потребительского рынка.

### **Задачи дисциплины:**

- Изучить основы разработки и получить навыки реализации проектов в области стимулирования продаж путем применения инструментария мерчандайзинга;
- Сформировать навыки разработки и проектирования торгово-технологических процессов в розничном торговом бизнесе (в т. ч. с учетом специфики применения интернет-технологий) и выбора оптимальных инструментов мерчандайзинга в Интернет-торговле.

### 3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.06.01 «Мерчандайзинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору).

Для освоения дисциплины студентам требуется подготовка в объеме, соответствующем успешному прохождению курсов: «Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Рекламная деятельность», «Маркетинг услуг», «Маркетинг продаж».

### 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-2. Способность к разработке, внедрению и совершенствованию комплекса маркетинга в организации	ИДК-1ПК2 Знать нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов); подходы к формированию сбытовой политики организации. ИДК-2ПК2 Уметь улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами; рассчитывать цены на товары (услуги) организации; проводить оценку сбытовой политики организации; управлять продажами товаров и услуг. ИДК-3ПК2 Владеть навыками подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов); разработки конкурентных ценовых стратегий; разработки сбытовой политики организации; совершенствования системы распределения (дистрибуции) в организации
ПК-3. Способность к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации	ИДК-1ПК3 Знать законодательство и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации, инструменты маркетинговых коммуникаций. ИДК-2ПК3 Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики, проводить анализ результативности коммуникационной политики. ИДК-3ПК3 Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации, подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений

### 5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Смысловой модуль 1.

**Тема 1.** Понятие, сущность и значение мерчандайзинга

**Тема 2.** Поведение покупателя в торговом зале

**Тема 3.** Планирование торговых площадей

**Смысловой модуль 2.****Тема 1.** Распределение торговых площадей**Тема 2.** Особенности выкладки товаров в торговом зале**Тема 3.** Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчандайзинга**Смысловой модуль 3.****Тема 1.** Витринистика как инструмент визуального мерчандайзинга**Тема 2.** Влияние атмосферы и чувственных компонентов на процесс покупки**Тема 3.** Оценка эффективности мерчандайзинга**6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л <sup>1</sup>	п <sup>2</sup>	лаб <sup>3</sup>	инд <sup>4</sup>	СР <sup>5</sup>		л	п	лаб	инд	СР
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Модуль 1.</b>												
<b>Смысловой модуль 1.</b>												
<b>Тема 1.</b> Понятие, сущность и значение мерчандайзинга	8	3	3			2	8	3	2			3
<b>Тема 2.</b> Поведение покупателя в торговом зале	8	3	3			2	8	3	2			3
<b>Тема 3.</b> Планирование торговых площадей	8	3	3			2	8	3	2			3
<b>Итого по смысловому модулю 1</b>	<b>24</b>	<b>9</b>	<b>9</b>			<b>6</b>	<b>24</b>	<b>9</b>	<b>6</b>			<b>9</b>
<b>Смысловой модуль 2.</b>												
<b>Тема 4.</b> Распределение торговых площадей	8	3	3			2	8	2	2			4
<b>Тема 5.</b> Особенности выкладки товаров в торговом зале	8	3	3			2	8	3	3			2
<b>Тема 6.</b> Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчандайзинга	8	3	3			2	8	3	2			3
<b>Итого по</b>	<b>24</b>	<b>9</b>	<b>9</b>			<b>6</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>7</b>			<b>9</b>

<i>смысловому модулю 2</i>													
<b>Смысловой модуль 3.</b>													
<b>Тема 7.</b> Витринистика как инструмент визуального мерчандайзинга	7	3	3			1	8	2	2				4
<b>Тема 8.</b> Влияние атмосферы и чувственных компонентов на процесс покупки	7	3	3			1	8	2	2				4
<b>Тема 9.</b> Оценка эффективности мерчандайзинга	8,15	3	3			2,15	6,85	2	2				2,85
<b>Итого по смысловому модулю 3</b>	<b>22,15</b>	<b>9</b>	<b>9</b>			<b>4,15</b>	<b>22,85</b>	<b>6</b>	<b>6</b>				<b>10,85</b>
<b>Всего по смысловым модулям</b>	<b>70,15</b>	<b>16</b>	<b>16</b>			<b>40,15</b>	<b>70,85</b>	<b>18</b>	<b>16</b>				<b>36,85</b>
<b>Катт</b>	<b>1,6</b>				-		<b>0,9</b>						
<b>СРэк</b>					-								
<b>ИК</b>					-								
<b>КЭ</b>					-								
<b>Каттэк</b>	<b>0,25</b>				-		<b>0,25</b>						
<b>Контроль</b>													
<b>Всего часов:</b>	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>16</b>		-	<b>40,15</b>	<b>72</b>	<b>18</b>	<b>16</b>				<b>36,85</b>

Примечания: 1. л – лекции;  
2. п – практические (семинарские) занятия;  
3. лаб – лабораторные занятия;  
4. инд – индивидуальные занятия;  
5. СР – самостоятельная работа.

## 7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Тема 1. Понятие, сущность и значение мерчандайзинга	2	2
2	Тема 2. Поведение покупателя в торговом зале	2	2
3	Тема 3. Планирование торговых площадей	2	2
4	Тема 4. Распределение торговых площадей	2	2
5	Тема 5. Особенности выкладки товаров в торговом зале	2	2
6	Тема 6. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчандайзинга	2	2

7	Тема 7. Витринистика как инструмент визуального мерчандайзинга	2	2
8	Тема 8. Влияние атмосферы и чувственных компонентов на процесс покупки	1	2
9	Тема 9. Оценка эффективности мерчандайзинга	1	2
	<b>Всего:</b>	<b>16</b>	<b>18</b>

#### 8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ – не предусмотрены

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
	-	-	-

#### 9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Тема 1. Понятие, сущность и значение мерчандайзинга	4,40	4,05
2	Тема 2. Поведение покупателя в торговом зале	4,40	4,05
3	Тема 3. Планирование торговых площадей	4,40	4,05
4	Тема 4. Распределение торговых площадей	4,40	4,05
5	Тема 5. Особенности выкладки товаров в торговом зале	4,40	4,05
6	Тема 6. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчандайзинга	4,40	4,05
7	Тема 7. Витринистика как инструмент визуального мерчандайзинга	4,40	4,05
8	Тема 8. Влияние атмосферы и чувственных компонентов на процесс покупки	4,40	4,05
9	Тема 9. Оценка эффективности мерчандайзинга	4,95	4,45
	<b>Всего:</b>	<b>40,15</b>	<b>36,85</b>

#### 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 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.

2) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- 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.

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 глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
- 2) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.

**11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ** - не предусмотрено

## 12. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

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	5
- контрольная работа	3	6
- опрос	5	15
- задачи	3	6
- доклады	4	8
Промежуточная аттестация	<i>экзамен</i>	<i>60</i>
<b>Итого за семестр</b>	<i>100</i>	

\* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по учебной дисциплине

## 13. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу						Максимальная сумма баллов		
Смысловый модуль №1		Смысловый модуль №2		Смысловый модуль №3		Текущий контроль	Экзамен	Все виды учебной деятельности
T1	T2	T3	T4	T5	T6			
5	5	5	10	5	10	40	60	100

Примечание. T1, T2, ... T6 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической



## успеваемости и шкалы ECTS

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

**14. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА****Основная**

1. Возиянова Н.Ю. Конспект лекций по дисциплине для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело ВПО Бакалавриат очной и заочной форм обучения. [Электронный ресурс] Н.Ю.Возиянова, Д.Э. Возиянов – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2019 – 94 с.

2. Возиянова Н.Ю. Мерчандайзинг 2.0: учебное пособие / ГО ВПО «Донецкий нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. маркетинга и коммерч. дела/ Н.Ю. Возиянова, Д.Э. Возиянов, А.А. Попова, М.К. Скороварова – Донецк: ООО «РА ДОН», 2021. – 294 с.

**Дополнительная**

1. Голова А.Г. Управление продажами: учебник / А.Г. Голова. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 279 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01975-3 – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767>

2. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) / Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В., - 12-е изд., перераб и доп. - М.:Дашков и К, 2018. - 456 с.: ISBN 978-5-394-02471-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/513880>

3. Давыдкина И.Б. Проектирование и организация торгового пространства предприятий розничной торговли и общественного питания: Учебное пособие / Давыдкина И.Б. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 266 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование) ISBN 978-5-16-105727-8 (online) - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/899751>

Методы стимулирования продаж в торговле: учебник / С. Б. Алексина, Г. Г. Иванов, В. К. Крышталев, Т. В. Панкина. - Москва: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 304 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0526-5. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1043395>

**15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ**

1. Автоматизированная библиотечная информационная система Unilib UC : версия 2.110 // Научная библиотека Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – [Донецк, 2021– ]. – Текст : электронный.
2. Информιο : электрон. справочник / ООО «РИНФИЦ». – Москва : Издат. дом «Информιο», [2018?– ]. – URL: <https://www.informio.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
3. IPR SMART : весь контент ЭБС IPR BOOKS : цифровой образоват. ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». – [Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2022]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст. Аудио. Изображения : электронные.
4. Лань : электрон.-библ. система. – Санкт-Петербург : Лань, сор. 2011–2021. – URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный. – Режим доступа: для авторизир. пользователей.
5. СЭБ : Консорциум сетевых электрон. б-к / Электрон.-библ. система «Лань» при поддержке Агентства стратег. инициатив. – Санкт-Петербург : Лань, сор. 2011–2021. – URL: <https://seb.e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа : для пользователей организаций – участников, подписчиков ЭБС «Лань».
6. Polpred : электрон. библ. система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». – Москва : Полпред Справочники, сор. 1997–2022. – URL: <https://polpred.com> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
7. Book on lime : дистанц. образование / изд-во КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. – Москва : КДУ, сор. 2017. – URL: <https://bookonlime.ru> (дата обращения: 01.01.2023) – Текст . Изображение. Устная речь : электронные.
8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU : информ.-аналит. портал / ООО Научная электронная библиотека. – Москва : ООО Науч. электрон. б-ка, сор. 2000–2022. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
9. CYBERLENINKA : науч. электрон. б-ка «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. – Москва : КиберЛенинка, 2012– . – URL: <http://cyberleninka.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
10. Национальная электронная библиотека : НЭБ : федер. гос. информ. система / М-во культуры Рос. Федерации [и др.]. – Москва : Рос. гос. б-ка : ООО ЭЛАР, [2008– ]. – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Текст. Изображение : электронные.
11. Научно-информационный библиотечный центр имени академика
12. Л.И. Абалкина / Рос. экон. ун-т им. В.Г. Плеханова. – Москва : KnowledgeTree Inc., 2008– . – URL: <http://liber.rea.ru/login.php> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
13. Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – Москва : Финансовый университет, 2019– . – URL: <http://library.fa.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
14. Университетская библиотека онлайн : электрон. библ. система. – ООО «Директ-Медиа», 2006– . – URL: <https://biblioclub.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
15. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : ИБ ДОННУЭТ, 1999– . – URL: <http://catalog.donnuct.education> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

## 16. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины 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.

### 17. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ФИО педагогического (научно-педагогического) работника, участвующего в реализации образовательной программы	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совместительства; на условиях договора гражданско-правового характера (далее – договор ГПХ)	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании*
Возиянова Наталья Юрьевна	По основному месту работы	Должность – профессор кафедры маркетинга и торгового дела, ученая степень – доктор экономических наук, ученое звание- профессор	Высшее, магистр, «Учет и аудит», Диплом доктора экономических наук серия ДД № 003289	1. Донецкий государственный коммерческий институт, 1996 г., «Учет и аудит», магистр экономических наук по специальности «Учет и аудит» Доктор экономических наук 1. Сертификат № 0081/1816.05.2018, «Программа обучения в сфере электронного обучения и дистанционных образовательных технологий», практический семинар 12ч., Государственная организация высшего профессионального образования «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского» 2. Сертификат №1-18, 20.12.2018, «Трансфертное ценообразование» (для руководящего состава и кадрового резерва ООО "ЛУКОЙЛ-Коми")», тренинг-семинар 108ч., Филиал ФГБОУВО «Ухтинский государственный технический университет», г.Усинск 3. Сертификат №0016, 18.11.2019, «Особенности организации охраны труда и безопасности жизнедеятельности в образовательных организациях высшего профессионального

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