Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 28.10.2026 09:12:57
Уникальный программный ключ:
b0b6544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

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 СЕРВИСА И ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ Л. В. Крылова
(подпись)
« 25 » 03 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.16 МАРКЕТИНГ

Укрупненная группа направлений подготовки	19.00.00 Промышленная экология и биотехнологии
Образовательная программа высшего образования	программа бакалавриата
Направление подготовки	19.03.03 Продукты питания животного происхождения
Профиль	Технология мяса и мясных продуктов
Факультет	ресторанно-гостиничного бизнеса
Форма обучения, курс	очная форма обучения, 2 курс заочная форма обучения 3 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов *(при наличии таких лиц)*

Донецк
2026

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» для обучающихся по направлению подготовки 19.03.03 Продукты питания животного происхождения, профилю Технология мяса и мясных продуктов разработана в соответствии с ОПОП ВО ***для набора обучающихся 2026 года.***

Разработчик: Кривонос Алина Александровна. Доцент, кандидат экономических наук, доцент

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры сервиса и гостиничного дела
Протокол от «20» февраля 2026 года №16

Зав. кафедрой сервиса и гостиничного дела

_____ Я.В. Дегтярева
(подпись) (инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета ресторанно-гостиничного бизнеса

_____ И.В. Кощавка
(подпись) (инициалы, фамилия)

Дата «24» февраля 2026 года

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от «25» марта 2026 года №8

Председатель _____ Л.В. Крылова
(подпись) (инициалы, фамилия)

© Кривонос А.А. 2026 год
© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «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/ специализация/ магистерская программа, программа высшего образования</td><td colspan="2">Характеристика дисциплины</td></tr>
<tr><td>очная форма обучения</td><td>заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц – 3</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки
19.00.00 Промышленная экология и биотехнологии</td><td colspan="2" rowspan="2">Обязательная часть</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки
19.03.03 Продукты питания животного происхождения</td></tr>
<tr><td>Модулей – 1</td><td rowspan="6">Профиль
Технология мяса и мясных продуктов</td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td rowspan="5">Смысловых модулей – 3
Общее количество часов – 108</td><td>2-й</td><td>3-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>3-й</td><td>Установочная сессия - зимняя сессия</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td>32 час.</td><td>4</td></tr>
<tr><td rowspan="9">Количество часов в неделю для очной формы обучения:

аудиторных – 1,4;
самостоятельной работы обучающегося – 8,32</td><td rowspan="9">Программа высшего образования – программа бакалавриата</td><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>30 час.</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторные занятия</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>44,15 час.</td><td>97,15</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 – 62/44,15
для заочной формы обучения – 8/97,15

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: предоставление будущим специалистам теоретических знаний и практических навыков современных концепций маркетинга, ознакомить с общими правилами организации и планирования маркетинговой деятельности в бизнесе, технологии проведения маркетинговых исследований и формирования различных видов политики маркетинга.

Задачи дисциплины: изучение комплекса маркетинга; выявление особенностей организации, управления и контроля маркетинговой деятельности; освещение дискуссиями проблем современного маркетинга; усвоение навыков творческой реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности бакалавра маркетинга.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебная дисциплина Б1.О.16 «Маркетинг» относится к дисциплинам обязательной части ОПОП ВО.

Изучение данной дисциплины базируется на знании таких учебных дисциплин: «Менеджмент».

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО 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*
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	ИД-2УК-2 Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: этапы формирования цен на товары и услуги в условиях рынка; необходимость каналов распределения товаров в маркетинге и их природу; понятие маркетинговой коммуникации и систему маркетинговых коммуникаций; формы организации маркетинговой деятельности; стратегическое планирование маркетинга, его содержание и основные этапы; формы контроля маркетинговой деятельности.

уметь: применять основные методы исследования рынка, разрабатывать маркетинговые стратегии организации в сфере профессиональной деятельности; уметь осуществлять маркетинговую деятельность применительно к сферам производства, товарного обращения и потребления; исследовать объекты рынка; творчески реализовать теоретические и прикладные знания в практической деятельности бакалавра по маркетингу.

владеть: культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной деятельностью предприятий; способностью анализировать поведение потребителей и особенности формирования спроса.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

Тема 1. Маркетинг как методология рыночной деятельности предприятий ресторанного бизнеса.

Тема 2. Специфика маркетинга в ресторанном хозяйстве

Смысловой модуль 2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ – ОСНОВА ОПРЕДЕЛЕНИЯ РЫНОЧНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ

Тема 3. Система маркетинговых исследований в ресторанном бизнесе

Тема 4. Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товаров

Тема 5. Конкурентный анализ в системе маркетинговых исследований деятельности предприятий ресторанного хозяйства

Тема 6. Маркетинговая политика товаров и услуг

Тема 7. Маркетинговая ценовая политика товаров и услуг

Смысловой модуль 3. РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГОВЫХ УСИЛИЙ В БИЗНЕСЕ

Тема 8. Маркетинговая сбытовая политика

Тема 9. Маркетинговая политика коммуникаций

6. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	СР[4]	ПР[5]		л	п	лаб	СР	ПР
Модуль 1. Маркетинг												
Смысловой модуль 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА												
Тема 1. Маркетинг как методология рыночной деятельности предприятий ресторанного бизнеса.	15	3	3		9		9	0,5	0,5		8	
Тема 2. Специфика маркетинга	15	3	3		9		9	0,5	0,5		8	
Итого по смысловому модулю 1	**30**	**6**	**6**		**18**		***18***	***1***	***1***		***16***	
Смысловой модуль 2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ – ОСНОВА ОПРЕДЕЛЕНИЯ РЫНОЧНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ												
Тема 3. Система маркетинговых исследований в ресторанном бизнесе	10	3	3		4		9	0,5	0,5		8	
Тема 4. Сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товаров	10	3	3		4		9	0,5	0,5		8	
Тема 5. Конкурентный анализ в системе маркетинговых исследований деятельности предприятий ресторанного хозяйства	10	3	3		4		9	0,5	0,5		8	
Тема 6. Маркетинговая политика товаров и услуг	10	3	3		4		9	0,5	0,5		8	
Тема 7. Маркетинговая ценовая политика товаров и услуг	8	3	3		2		8	-	-		8	
Итого по смысловому модулю 2	**48**	**15**	**15**		**18**		***44***	***2***	***2***		***40***	

Смысловой модуль 3. РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГОВЫХ УСИЛИЙ В БИЗНЕСЕ												
Тема 8. Маркетинговая сбытовая политика	**13**	**5**	**5**		**3**		**17**	0,5	0,5		**16**	
Тема 9. Маркетинговая политика коммуникаций	**15,15**	**6**	**4**		**5,15**		**26,15**	0,5	0,5		**25,15**	
Итого по смысловому модулю 3	**28,15**	**11**	**9**		**8,15**		**43,15**	**1**	**1**		**41,15**	
Всего по смысловым модулям	**106,15**	**32**	**30**		**44,15**		**105,15**	**4**	**4**		**97,15**	
Катт	**1,6**				**1,6**		**0,6**				**0,6**	
СРэк	**-**				**-**		**-**					
ИК	**-**				**-**		**-**					
КЭ							**-**					
Каттэк	**0,25**				**0,25**		**0,25**				**0,25**	
Контроль							**2**				**2**	
Всего часов:	**108**	**32**	**30**		**1,85**	**44,15**	**108**	**4**	**4**		**2,85**	**97,15**

Примечания: 1. л – лекции;
2. п – практические (семинарские) занятия;
3. лаб – лабораторные занятия;
4. СР – самостоятельная работа;
5. Пр – прочие виды работы (ИК, Катт, КЭ, Каттэк)
6. ИК – индивидуальные консультации;
7. Катт – контактная работа на аттестацию в период теоретического обучения;
8. СРэк – самостоятельная работа в период экзаменационных сессий;
9. КЭ – консультации перед экзаменом
10. Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий.

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

N п/п	Название темы	Количество часов	
		Очная форма	Очно-заочная форма
1	Анализ маркетинговой среды на деятельность заведений ресторанного хозяйства	3	0,5
2	Принципы формирования и использования информации в системе управления маркетингом ресторанов	3	0,5
3	Организация маркетинговых исследований в ресторанной индустрии	3	0,5
4	Практические аспекты сегментации рынка	3	0,5
5	ресторанного хозяйства	3	0,5
6	Анализ конкурентоспособности продукции и	3	0,5
7	услуг предприятий ресторанного сектора	3	-
8	Разработка модели качественного	5	0,5
9	обслуживания в ресторанной сфере	4	0,5

	Итого	30	4

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ – не предусмотрены

		очная форма	заочная форма

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Планирование маркетинга:	9	8
2	Система маркетинговых исследований	9	8
3	Управление качеством	4	8
4	Внутренний маркетинг на предприятиях	4	8
5	Разработка нового продукта и торговой марки	4	8
6	Продвижение товара	4	8
7	Ценовые стратегии	2	8
8	Стратегическое планирование и управление маркетингом	3	16
9	Управление каналами распределения	5,15	25,15
	Всего:	44,15	97,15

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

В ходе реализации дисциплины используются такие 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;

− 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;

- зачет, экзамен проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение их 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;

− зачет, экзамен проводятся в устной форме или выполняется в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения зачета, экзамена для обучающихся устанавливается с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Зачет, экзамен могут проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Технические средства могут быть предоставлены ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ», а также могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в информационно-телекоммуникационной 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 лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
   - в печатной форме;
   - в форме электронного документа;
   - в форме аудиофайла.

11. СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в очной форме обучения

Форма контроля	**Максимальное количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль: - устный опрос (темы 1,4,5,6,8) - реферат (темы 1-11) - тестирование (темы 2,3,6,8,9) - задания (темы 1,5,6)	 3 5 12 5	 15 5 60 15
Промежуточная аттестация	*дифференцированный зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

Примечание. В соответствии с утвержденными оценочными материалами по дисциплине

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в заочной форме обучения

Форма контроля	**Максимальное количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль: - устный опрос (темы 1,4,5,6,8) - реферат (темы 1-11) - тестирование (темы 2,3,6,8,9) - задания (темы 1,5,6)	 3 5 12 5	 15 5 60 15
Промежуточная аттестация	*дифференцированный зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

Вопросы к дифференцированному зачету:

1. Роль и значение дисциплины «Маркетинг»
2. Сущность современного маркетинга и его социально-экономическое значение
3. Управленческие концепции маркетинга
4. Сущность и содержание маркетинга услуг
5. Классификация услуг
6. Роль и место гостеприимства в сфере услуг
7. Специфика услуги ресторанной сферы, ее составные элементы
8. Характеристика маркетинговой среды и ее влияние на состояние и развитие предприятий ресторанного бизнеса
9. Современные тенденции развития мировой ресторанной индустрии
10. Информация в системе маркетинговых исследований, ее значение и классификация.
11. Маркетинговая информационная система, характеристика подсистем.
12. Сущность, основные цели и задачи маркетинговых исследований.
13. Виды маркетинговых исследований и их характеристика.
14. Методологические основы маркетинговых исследований и алгоритм их проведения.
15. Форма организации и представления результатов маркетингового исследования
16. Маркетинговый анализ динамики и устойчивости развития рынка.
17. Маркетинговый анализ конкурентной среды и конкурентов
18. Маркетинговые исследования предприятия
19. Методы осуществления маркетинговых исследований и сбора маркетинговой информации
20. Сущность понятия конкуренции, характеристика ее основных видов
21. Характеристика методов конкурентной борьбы
22. Характеристика факторов, определяющих конкурентную среду предприятия ресторанного хозяйства
23. Элементы анализа конкурентов
24. Бенчмаркинг – инструмент повышения конкурентоспособности предприятия ресторанного бизнеса
25. Методологические основы маркетинговых исследований потребителей
26. Факторы, оказывающие влияние на поведение потребителей
27. Мотивы поведения потребителей
28. Моделирование процесса принятия решения о покупке
29. Процесс принятия решения о покупке нового товара и этапы его освоения
30. Сегментация рынка: типы и признаки сегментации
31. Определение перспективного целевого рынка.
32. Процедура и методы позиционирования
33. Формирование продуктовой политики
34. Управление структурой предлагаемых на рынок продуктов. Концепция жизненного цикла товара.
35. Разработка и внедрение на рынок новых продуктов
36. Обеспечение качества и конкурентоспособности продуктов
37. Принятие решений о товарной марке
38. Цена в комплексе маркетинга.
39. Формирование сбытовой политики

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		*100*
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9	
8	12	15	5	8	20	12	15	5	

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

Государственная шкала оценивания академической успеваемости

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

13. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Сухов В.Д. Маркетинг : учебник / Сухов В.Д., Киселев А.А., Сазонов А.И.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 353 с. — ISBN 978-5-4497-1589-0. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/119289.html

2. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Безрутченко Ю.В.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 233 с. — ISBN 978-5-394-01664-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/75219.html

3. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Семенова Л.В., Корнеевец В.С., Драгилева И.И.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020.— 204 с Электронно-библиотечная система ЭБС «IPRbooks»: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/90234.html

Дополнительная литература:

1. Васильева Е.А. Маркетинг в сервисе : практикум / Васильева Е.А., Васильева А.В.. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 208 с. — ISBN 978-5-4486-0141-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/72806.html

2. Слонимская М.А. Доступный маркетинг: рынок услуг / Слонимская М.А., Яшева Г.А., Вайлунова Ю.Г.. — Минск : Вышэйшая школа, 2021. — 224 с. — ISBN 978-985-06-3314-9. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/119979.html

3. Шпырня, О. В. Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства : учебное пособие для обучающихся по направлениям подготовки бакалавриата «Туризм» и «Гостиничное дело» / О. В. Шпырня. — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 119 с. — ISBN 978-5-93926-323-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/78034.html

4. Рвачева, И. М. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс]: электронный конспект лекций для студентов направления подготовки 38.04.01. «Экономика» (Магистерская программа: Маркетинг, Рекламный бизнес), очная и заочная формы обучения / И. М. Рвачева ; Кафедра маркетинга и коммерческого дела, Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Государственная организация высшего профессионального образования "Донецкий Национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского . ─ Донецк : ДонНУЭТ, 2020.

Учебно-методические издания:

1. Маркетинг [Электронный ресурс] : конспект лекций для студентов очной и заочной форм обучения, направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, профиля Гостинично-ресторанное дело / Н. И. Морозова ; Кафедра сервиса и гостиничного дела, Министерство

образования и науки Донецкой Народной Республики (ДНР), ГО ВПО "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, . ─ Донецк : ДонНУЭТ, 2021 . ─ Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.

2. Морозова Н. И., Маркетинг [Электронный ресурс] : метод. указания для выполнения курсовой работы для студентов направления подготовки 43.03.03 "Гостиничное дело", профиль"Гостинично-ресторанное дело" оч., заоч. форм обучения / Н. И. Морозова, А. А. Кривонос ; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского", Каф. сервиса и гостинич. дела . ─ Донецк : ДонНУЭТ, 2020 . ─ Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.

14. 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. Информио : электрон. справочник / ООО «РИНФИЦ». – Москва : Издат. дом «Информио», [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, cop. 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, cop. 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, cop. 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, cop. 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, cop. 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 : НБ ДОННУЭТ, 1999– . – URL: http://catalog.donnuet.education (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

15. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины используются: лекционная мультимедийная аудитория; мультимедийные средства (проекторы, ноутбуки); компьютерные рабочие места; программное обеспечение; наборы слайдов и кинофильмов по темам дисциплины.

16. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ФИО педагогического (научно-педагогического) работника, участвующего в реализации образовательной программы	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 дополнительном профессиональном образовании[1]
Кривонос Алина Александровна	Внутренний совместитель	Должность - доцент, кандидат экономических наук, ученое звание - доцент	Высшее, специальность: «Маркетинг», профессионал в сфере маркетинга, диплом кандидата экономических наук ДК №015966	1. Удостоверение о повышении квалификации 462421639101 «Формирование надпрофессиональных компетенций у студентов» ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса» г. Курск 23.09.24, 24 часа 2. Удостоверение о повышении квалификации 771803728883, регистрационный номер 15-00667-25 ПК, «Патентный поиск». 28.05.2025-30.05.2025гг. ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности» г.Москва 30.05.2025г. (24 часа). 3. Удостоверение о повышении квалификации 771803728793, регистрационный номер 15-00579-25 ПК, «Патентное право». 22.05.2025-27.05.2025гг. ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности» г.Москва. 27.05.2025г. (26 часов). 4. Удостоверение о повышении квалификации 771803728963, регистрационный номер 15-00747-25 ПК, «Актуальные вопросы оценки объектов интеллектуальной

				собственности». 24.06.2025-26.06.2025гг. ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности» г.Москва. 26.06.2025г. (24 часа). 5. Удостоверение о повышении квалификации 71803728921, регистрационный номер 15-00705-25 ПК, «Оформление и экспертиза заявки на объекты интеллектуальной собственности (изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки) по отраслевым направлениям»». 31.05.2025-06.06.2025 гг. ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности» г.Москва. 06.06.2025г. (48 часов).