

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 02.03.2025 14:10:43
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7274a676a271b2

**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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической
работе Л.В.Крылова
(подпись)
« 28 » февраля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Б.1.В.ДВ.16.01 ТОВАРОВЕДНЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

(название учебной дисциплины)

Укрупненная группа направлений подготовки: 38.00.00 Экономика и управление
(код, наименование)

Программа высшего образования – программа бакалавриата

Направление подготовки: 38.03.07 Товароведение

(код, наименование)

Профиль: Товароведение продовольственных товаров и коммерческая
деятельность

(наименование)

Факультет маркетинга и торгового дела

Форма обучения, курс:

очная форма обучения, 3 курс

очно-заочная форма обучения, 4 курс

*Рабочая программа адаптирована для лиц
с умеренными нарушениями функций зрения, слуха и речи*

**Донецк
2024**


Рабочая программа учебной дисциплины «Товароведные аспекты маркетинга продовольственных товаров» для обучающихся по направлению подготовки: 38.03.07 Товароведение, профилю: Товароведение продовольственных товаров и коммерческая деятельность, разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным ученым советом Университета:

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

Разработчик: Медведкова И.И., доцент, канд. техн., наук, доцент

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры товароведения
Протокол от «19» февраля 2024 года № 11

Зав. кафедрой товароведения


(подпись)

В.Д. Малыгина
(инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела


(подпись)

Д.В. Махносов
(инициалы, фамилия)

Дата «23» 02 2024 года



ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от «28» февраля 2024 года № 7

Председатель


(подпись)

Л.В. Крылова
(инициалы, фамилия)

1. ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование показателя	Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования	Характеристика учебной дисциплины	
		очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения
Количество зачетных единиц – 3	Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление (код, название)	вариативная (базовая, вариативная)	
	Направление подготовки 38.03.07 Товароведение (код, название)		
Модулей – 1	Профиль Товароведение продовольственных товаров и коммерческая деятельность (название)	Год подготовки	
Смысловых модулей – 3		3-й	4-й
Общее количество часов - 108		Семестр	
		5-й	7-й
	Лекции		
		18 час.	10 час.
Количество часов в неделю для очной формы обучения: аудиторных – 2; самостоятельной работы обучающегося – 2,5	Программа высшего образования – программа бакалавриата	Практические, семинарские занятия	
		- час.	- час.
		Лабораторные занятия	
		36 час.	18 час.
		Самостоятельная работа	
		26,1 час.	86,7 час.
		Индивидуальные задания:	
			контрольная работа
Форма промежуточной аттестации: (зачет, экзамен)			
	экзамен	экзамен	

* для очной формы обучения указывается количество проводимых текущих модульных контролей (например, 2ТМК), при наличии – курсовая работа/проект (КР/КП)

для заочной формы обучения указывается, при наличии, аудиторная письменная работа/контрольная работа (АПР), курсовая работа/проект (КР/КП)

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:

для очной формы обучения – 36/26,1

для очно- заочной формы обучения – 28/52

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины: формирование у обучающихся целостной системы знаний по маркетинговым аспектам товароведения продовольственных товаров, умение использовать полученные навыки в повседневной работе.

Задачи учебной дисциплины: изучение общих методологических подходов к решению товароведных составляющих маркетинга, решение проблем качества и конкурентоспособности продовольственных товаров, овладение основами системного анализа технологий производства и товарного движения продовольственных товаров, получение обучающимися навыков по разработке и внедрению новых пищевых продуктов.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Учебная дисциплина Б.1.В.ДВ.16.01 «Товароведные аспекты маркетинга продовольственных товаров» относится к вариативной части ОПОП.

Знания и умения по данной дисциплине должны быть востребованы при проведении научных исследований по товароведению пищевых продуктов.

Усвоению учебной дисциплины «Товароведные аспекты маркетинга продовольственных товаров» предшествуют такие дисциплины как «Товароведение (Теоретические основы)», «Основы научных исследований», «Основы практической товароведной деятельности», «Маркетинг», а также производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (производственная коммерческая практика).

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-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 менеджмента и маркетинга на всех этапах товародвижения ИДК-3 _{ПК-11} . Внедряет современные методы товарного менеджмента и маркетинга

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен

знать: подходы к решению товароведных задач маркетинга, общие методологические подходы к решению товароведных задач маркетинга, товароведные аспекты потребностей, спроса и предложения в условиях маркетинговой ориентации предприятий.

уметь: прогнозировать управления качеством товаров при товародвижении, оптимизировать товароведно-технологические решения при использовании маркетинговых коммуникаций.

владеть: способами расчёта товарных потерь и реализации мероприятий по их предупреждению или списанию, умением оценивать и расшифровывать маркировку в соответствии с установленными требованиями, методами классификации товаров, идентификации их ассортиментной принадлежности, методами оценки качеств и определения градации качества, владеть знаниями об условиях и сроках хранения и транспортирования товаров, обеспечения их охраняемости, владеть правилами оформления сопроводительных документов.

5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. **Подходы к решению товароведных задач маркетинга.**

Тема 1. Общие методологические подходы к решению товароведных задач маркетинга.

Тема 2. Товароведческие аспекты потребностей, спроса и предложения в условиях маркетинговой ориентации предприятий.

Смысловой модуль 2. **Конкурентоспособность товаров.**

Тема 3. Качество и конкурентоспособность товаров в условиях рыночной экономики.

Тема 4. Общая характеристика продовольственного сырья и методов их переработки.

Тема 5. Методологические основы разработки новых пищевых продуктов.

Смысловой модуль 3. **Качество продовольственных товаров при товародвижении.**

Тема 6. Прогнозирование и управления качеством товаров при товародвижении.

Тема 7. Оптимизация товароведно-технологических решений при использовании маркетинговых коммуникаций.

6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия 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	инд ⁴	СРС ⁵		л	п	лаб	инд	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Смысловой модуль 1. Подходы к решению товароведных задач маркетинга												
Тема 1. Общие методологические подходы к решению товароведных задач маркетинга.	10	2		5		3	11	2		2		7
Тема 2. Товароведные аспекты потребностей, спроса и предложения в условиях маркетинговой ориентации	10	2		5		3	11	2		2		7

предприятий.												
Итого по СМ 1	20	4		10		6	22	4		4		14
Смысловой модуль 2. Конкурентоспособность товаров												
Тема 3. Качество и конкурентоспособность товаров в условиях рыночной экономики.	10	2		5		3	10	1		2		7
Тема 4. Общая характеристика продовольственного сырья и методов их переработки.	10	2		5		3	10	1		2		7
Тема 5. Методологические основы разработки новых пищевых продуктов.	10	2		5		3	10	1		2		7
Итого по СМ 2	30	6		15		9	30	3		6		21
Смысловой модуль 3. Качество продовольственных товаров при товародвижении												
Тема 6. Прогнозирование и управления качеством товаров при товародвижении	14	4		5		5	15	2		4		9
Тема 7. Оптимизация товароведно - технологических решений при использовании маркетинговых коммуникаций.	16,1	4		6		6,1	13	1		4		8
Итого по СМ 3	30,1	8		11		11,1	28	3		8		17
Всего по смысловым модулям	80,1	18		36		26,1	80	10		18		52
Катт				0,9								1
СРэк				24,6								24,6
КЭ				2								2
Каттэк				0,4								0,4
Контроль												
Всего часов	108	18		36	27,9	26,1	108	10		18	28	52

Примечания: 1. л – лекции; 2. п – практические (семинарские) занятия; 3. л – лабораторные занятия; 4. инд – индивидуальные консультации с педагогическими работниками; 5. СР – самостоятельная работа; 6. Катт – контактная работа на аттестацию в период обучения; 7. СРэк – самостоятельная работа в период промежуточной аттестации; 8. КЭ – консультации перед экзаменами; 9. Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационной сессии; 10. Контроль – часы на проведение контрольных мероприятий (з.ф.о.).

7. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ (практические занятия не предусмотрены рабочим планом)

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

N з/ п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	Очно-заочная форма
1	Тема 1. Общие методологические подходы к решению товароведных задач маркетинга.	5	2
2	Тема 2. Товароведные аспекты потребностей, спроса и предложения в условиях маркетинговой ориентации предприятий.	5	2
3	Тема 3. Качество и конкурентоспособность товаров в условиях рыночной экономики.	5	2
4.	Тема 4. Общая характеристика продовольственного сырья и методов их переработки.	5	2
5	Тема 5. Методологические основы разработки новых пищевых продуктов.	5	2
6	Тема 6. Прогнозирование и управления качеством товаров при товародвижении	5	4
7	Тема 7. Оптимизация товароведно - технологических решений при использовании маркетинговых коммуникаций.	6	4
	Всего	36	18

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

N з/ п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	Очно-заочная форма
1	Товароведные аспекты потребностей, спроса и предложения в условиях маркетинговой ориентации предприятий	3	7
2	Формирование ассортимента и управление им.	3	7
3	Потребительская оценка ассортимента и качества товаров	3	7
4.	Конкурентоспособность продовольственных товаров	3	7
5	Методологические основы разработки новых пищевых продуктов		7
6	Прогнозирование и управления качеством товаров при товародвижении	5	9
7	Оптимизация товароведческо-технологических решений при использовании маркетинговых коммуникаций	6,1	8
	Всего	26,1	52

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

Рабочая программа адаптирована для лиц с умеренными нарушениями функций зрения, слуха и речи.

В ходе реализации учебной дисциплины используются такие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- лекции и задания практикума оформляются в виде электронных документов, которые могут быть увеличены до удобного пользователю шрифта (для просмотра используются программы для чтения файлов *.pdf и *.doc, *.docx);
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или в тетради;
- для слабовидящих, при необходимости, предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; возможно также использование собственной звукоусиливающей аппаратуры индивидуального пользования;
- для слабослышащих, при необходимости, предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- текущий модульный контроль осуществляется по результатам выполненного практикума и тестирования на компьютере;
- дифференцированный зачет является результатом набранных студентом на протяжении семестра баллов; при необходимости повышения баллов студент может ответить на дополнительные вопросы в письменном виде (не более 20 баллов);
- при необходимости, предусматривается увеличение времени для подготовки ответа;
- процедура проведения дифференцированного зачета для обучающихся устанавливается с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

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.

11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Вопросы для текущего модульного контроля (ТМК)

Смысловой модуль 1. Подходы к решению товароведных задач маркетинга.

1. Общие методологические подходы к решению товароведных задач маркетинга.
2. Товароведческие аспекты потребностей, спроса и предложения в условиях маркетинговой ориентации предприятий.

Смысловой модуль 2. Конкурентоспособность товаров.

3. Качество и конкурентоспособность товаров в условиях рыночной экономики.
4. Общая характеристика продовольственного сырья и методов их переработки.
5. Методологические основы разработки новых пищевых продуктов.

Смысловой модуль 3. Качество продовольственных товаров при товародвижении.

6. Прогнозирование и управления качеством товаров при товародвижении.
7. Оптимизация товароведно-технологических решений при использовании маркетинговых коммуникаций.

Перечень вопросов к контрольной работе

1. Оценка показателей ассортимента товаров компьютерной программой.
2. Составление рекламных текстов на отдельные виды товаров.
3. Оценка видового ассортимента продовольственных товаров.
4. Определение конкурентоспособности отдельных видов товаров.
5. Определение степени новизны товаров-новинок.
6. Аналитический обзор состояния нормативной документации.
7. Анализ обеспеченности товарной группы продтоваров (по выбору студента) нормативной документацией
8. Сравнительный анализ современных нормативных документов и ранее действующих по составу и содержанию.
9. Методика оценки конкурентоспособности продовольственных товаров.

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

Система оценивания по учебной дисциплине по очной форме обучения

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- дискуссия, собеседование (темы 1-7)	4	28
- текущий модульный контроль	4	12
Промежуточная аттестация	<i>экзамен</i>	60
Итого за семестр	100	

Система оценивания по учебной дисциплине на очно-заочной форме обучения, нужна еще контрольная работа

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- дискуссия, собеседование (темы 1-7)	4	28
- контрольная работа	12	12
Промежуточная аттестация	<i>экзамен</i>	60
Итого за семестр	100	

Вопросы для промежуточной аттестации (вопросы к экзамену)

1. Цели, задачи и перспективы развития товароведения в условиях рыночной экономики
2. Объекты, субъекты товароведения
3. Конкурентоспособность товара: источники преимуществ и проблем.
4. Способы продления жизненного цикла товара.
5. Инструментальное обеспечение процесса побуждения потребителя к покупке.
6. Влияние рекламы на человека как потребителя.
7. Консюмеризм – рыночная сила воли потребителей.
8. Товарные аспекты оценки деятельности предприятия.
9. Товар: функции удовлетворения и формирования потребителя.
10. Причины искажения информации о потребностях потребителей.
11. Методы прогнозирования: эвристические и экономико-математические.
12. Средства товарной информации.
13. Характеристика свойств безопасности потребления.
14. Характеристика экологических свойств товаров.

15. Исследование потребителей как основа формирования торгового ассортимента товаров.
16. Возврат покупателям недоброкачественных товаров: условия, сроки, необходимые документы.
17. Сертификация товаров как процесс защиты и безопасности потребителя.
18. Проблемы идентификации и фальсификации потребительских товаров.
19. Методы и формы воздействия на покупателя.
20. Характеристика свойств надежности товаров народного потребления.
21. Определение ценности товара для потребителя и его удовлетворение.
22. Привлечение и удержание потребителей.
23. Проблемы, связанные с разработкой нового товара.
24. Процесс принятия товара потребителями.
25. Классификация потребительских товаров.
26. Классификация товаров промышленного назначения.
27. Реакция на изменение цен конкурентов и потребителей.
28. Стандартизация товара – условие эффективности маркетинговой деятельности компании.
29. Гарантийное обслуживание – условие маркетинговых характеристик товара.
30. Сервисное обслуживание – условие продвижения маркетинговых характеристик товара.
31. Ассортимент товаров – условие управления маркетингом компании.
32. Товар как отражение деятельности компании на рынке.

13. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Текущее тестирование и самостоятельная работа							Итого текущий контроль в баллах	Итоговый контроль (экзамен)	Сумма, балл
Смысловый модуль № 1		Смысловый модуль № 2			Смысловый модуль № 3				
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	40	60	100
4	8	4	4	8	4	8			

Примечание. T1, T2, ... T7 – номера тем соответствующих 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

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
35-59	«Неудовлетворительно» (2)	неудовлетворительно – с возможностью повторной аттестации
0-34		неудовлетворительно – с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

14. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. . Киселева, Е. Н. Рынок продовольственных товаров : учебное пособие / Е. Н. Киселева, О. В. Власова, Е. Б. Коннова. — Москва : Вузовский учебник, 2009. — 134 с. — ISBN 978-5-9558-0105-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/935.html>

2. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Е. И. Мазилкина. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2012. — 197 с. — ISBN 978-5-222-18945-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/4983.html>

Дополнительная литература:

1. Щетилина, И. П. Товароведение продовольственных товаров. Практикум : учебное пособие / И. П. Щетилина. — Воронеж : Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2018. — 112 с. — ISBN 978-5-00032-354-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86287.html>

2. Тультаев, Т. А. Маркетинг товаров и услуг : учебное пособие / Т. А. Тультаев. — Москва : Евразийский открытый институт, 2011. — 318 с. — ISBN 978-5-374-00537-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/10764.html>

3. Акулич, И. Л. Маркетинг взаимоотношений : учебно-методическое пособие / И. Л. Акулич. — Минск : Вышэйшая школа, 2010. — 252 с. — ISBN 978-985-06-1808-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/20085.html>

4. Афанасенко, О. Я. Товароведение продовольственных товаров. Сборник тестов : пособие / О. Я. Афанасенко. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2016. — 132 с. — ISBN 978-985-503-575-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/67765.html>

Электронные ресурсы:

1. Современные аспекты маркетинга [Электронный ресурс]/ В.А. Дуболазов [и др.]. — Электрон. текстовые данные.— СПб.: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2014.— 439 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43972.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2012.— 197 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4983.html>.— ЭБС «IPRbooks»

3. Романов А.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Южный институт менеджмента, 2011.— 443 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4552.html>.— ЭБС «IPRbooks»

15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Официальный сайт МЧС ДНР <http://dnmchs.ru/>
2. Сайт дистанционного обучения ГО ВПО ДонНУЭТ <http://distant.donnuet.education/>
3. Автоматизированная библиотечная информационная система UNILIB [Электронный ресурс] – Версия 1.100. – Электрон. дан. – [Донецк, 1999-]. – Локал. сеть Науч. б-ки ГО ВПО Донец. нац. ун-та экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. – Систем. требования: ПК с процессором ; Windows ; транспорт. протоколы TCP/IP и IPX/SPX в ред. Microsoft ; мышь. – Загл. с экрана.
4. IPRbooks: Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : [«АЙ Пи Эр Медиа»] / [ООО «Ай Пи Эр Медиа»]. – Электрон. текстовые, табл. и граф. дан. – Саратов, [2018]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.> – Загл. с экрана.
5. Elibrary.ru [Электронный ресурс] : науч. электрон. б-ка / ООО Науч. электрон. б-ка. – Электрон. текстовые. и табл. дан. – [Москва] : ООО Науч. электрон. б-ка., 2000- .– Режим доступа : <https://elibrary.ru.> – Загл. с экрана.
6. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс] / [ООО «Итеос» ; Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : ООО «Итеос», 2012-]. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru.> – Загл. с экрана.
7. Национальная Электронная Библиотека.
8. «Полпред Справочники» [Электронный ресурс] : электрон. б-ка / [База данных экономики и права]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : ООО «Полпред Справочники», 2010-]. – Режим доступа : <https://polpred.com.> – Загл. с экрана.
9. Book on lime : Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : ООО «Книжный дом университета». – Электрон. текстовые дан. – Москва, 2017. – Режим доступа : <https://bookonline.ru.>– Загл. с экрана.
10. Университетская библиотека ONLINE : Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : ООО «Директ-Медиа». — Электрон. текстовые дан. – [Москва], 2001. – Режим доступа : <https://biblioclub.ru.> – Загл. с экрана.
11. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского [Электронный ресурс] / НБ ДонНУЭТ. – Электрон. дан. – [Донецк, 1999-]. – Режим доступа: <http://catalog.donnuet.education> – Загл. с экрана.

16. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия по дисциплине проводятся в лекционных аудиториях и специализированной предметной аудитории, предназначенной для проведения практических работ по дисциплине «Товароведные аспекты маркетинга продовольственных товаров».

№ п/п	Наименование лабораторий и специализированных кабинетов, их площадь, м ²	Перечень оборудования, количество
1.	Учебная лаборатория 4408 «Учебная лаборатория молочно-жировых товаров» для	24 посадочных места, вытяжной шкаф; центрифуга молочная; раковина лабораторная; стулья; столы ученические; стол преподавательский; выставочный шкаф; доска мелованная стационарная; кафедра для выступлений; лабораторный стол; холодильник; графопроектор; весы демпферные; шкаф сушильный; выставочный стенд; весы ВТ-200; выставочная

№ п/п	Наименование лабораторий и специализированных кабинетов, их площадь, м ²	Перечень оборудования, количество
	проведения лабораторных работ	экспозиция «Жировые товары»; шкаф для хранения лабораторной посуды; шкаф с натуральными образцами; выставочная экспозиция «Товары молочной группы»; шкаф с образцами зерновой группы товаров (выставочная экспозиция); лампа бактерицидная; весы торц. ВТ; графопроектор; микроскоп микмед-5; весы Вт 200.
2.	Учебная лаборатория 4409 «Учебная лаборатория плодово-вкусовых и кондитерских товаров» для проведения консультаций и экзамена	30 посадочных мест, вытяжной шкаф; лабораторный стол; раковина лабораторная; выставочная экспозиция «Чайно-кофейные аксессуары»; шкаф сушильный; лабораторная тумба; выставочная экспозиция натуральных образцов «Плодовоовощные консервы»; лабораторная тумба; выставочная экспозиция натуральных образцов «Приправы и пряности»; выставочная экспозиция «Кондитерские аксессуары»; пурка для определения натурности зерна; кафедра для выступлений; доска меловая стационарная; стол преподавательский; столы ученические лабораторные; стулья ученические; холодильник; шкаф для хранения лабораторной посуды; шкаф для хранения приборов и стекла для лабораторных занятий; выставочная экспозиция «Упаковки вкусовых товаров»; весы электронные; нитратомер; переносной экран; весы MWP-300 N; электроплита 2-х конфорочная; весы ВТ 200.
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.).

17. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Фамилия, имя, отчество	Должность (для совместителей место основной работы, должность)	Наименование учебного заведения, которое окончил (год окончания, специальность, квалификация по диплому)	Ученая степень, шифр и наименование научной специальности, ученое звание, какой кафедрой присвоено, тема диссертации	Повышение квалификации (наименование организации, вид документа, тема, дата выдачи)
Медведкова Инна	доцент кафедры	Донецкий государственный	Кандидат технических наук,	1. 1 Повышения квалификации 16.12.2020 -

Игоревна	товароведения	<p>университет экономики торговли, 2001г., специальность: Маркетинг, квалификация: маркетолог-экономист в области продовольственных товаров</p>	<p>05.18.15 – Товароведение пищевых продуктов, доцент кафедры товароведения и экспертизы продовольственных товаров, доктор философии в области технических наук, тема диссертации: «Качество и сохраняемость свежих тепличных томатов с использованием обработки пленкообразующей композицией»</p>	<p>29.01.2021, 72 часа, ГП Донецкстандартметрология, г. Донецк, Справка о прохождении стажировки №08/348 2. Повышение квалификации, 19.09.2022 - 21.09.2022, 36 часов, ФГБОУ ВО «ДонГТУ», Удостоверение о ПК № 612400026471 3.Повышение квалификации, 16.05.2023 - 19.05.2023, 36 часов ФГБОУ ВО «ДонГТУ», Удостоверение о ПК №612400030712 4. Повышения квалификации 15.04.2024 - 17.05.2024, 72 часа, ГП Донецкстандартметрология, г. Донецк, Справка о прохождении стажировки №08/780</p>
----------	---------------	---	--	--