Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 19.11.2026 20:49:13
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 МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебно-методической работе

_____ Крылова Л.В.

25 марта 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.21. Социально-ориентированная торговая деятельность на потребительском рынке

Укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление
Образовательная программа высшего образования- бакалавриата
Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело
Профиль: -
Факультет Маркетинга и торгового дела
Форма обучения, курс:
очная форма обучения,4 курс
очно-заочная форма обучения,4 курс

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

Донецк
2026

Рабочая программа дисциплины «Социально-ориентированная торговая деятельность на потребительском рынке» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, разработана в соответствии с ОПОП ВО для набора обучающихся 2026 года

Разработчик : Криковцева Нина Александровна, к.э.н. профессор

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и ТД
Протокол от « 17 » февраля 2026 года № 14

Зав. кафедрой

_____ Рвачева И.М.
(подпись)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела

_____ Махноносов Д.В.
(подпись)

Дата 17. 02. 2026

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДонНУЭТ»

Протокол от 25.03.2026 года № 8

Председатель_____ Крылова Л.В.
(подпись)

© Криковцева Н.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, направление подготовки, профиль, 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 – 4</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление</td><td colspan="2" rowspan="2">Формируемая участниками образовательных отношений</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело</td></tr>
<tr><td>Модулей – 1</td><td rowspan="6">-</td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td>Смысловых модулей – 3__</td><td>4-й</td><td>4-й</td></tr>
<tr><td rowspan="5">Общее количество

часов – 90</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>8-й</td><td>7-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td>20 час.</td><td>16 час.</td></tr>
<tr><td rowspan="10">Количество часов в неделю для очной формы обучения:

аудиторных – 3,5;
самостоятельной работы обучающегося – 4,0</td><td rowspan="10">Программа высшего образования – программа бакалавриата</td><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>20 час.</td><td>16 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторные занятия</td></tr>
<tr><td>час.</td><td>час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>37,6 час.</td><td>45 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации:
(зачет, экзамен)</td></tr>
<tr><td>экзамен</td><td>экзамен</td></tr>
</table>

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:
для очной формы обучения – 40:37,6
для очно-заочной формы обучения – 32:45

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: формирование способности осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения задач в области социально-ориентированной торговой деятельности

Задачи дисциплины: ознакомление с основами социально-ответственного поведения и деловой этике для дальнейшего использования в практической деятельности, формирование ключевых компетенций по ведению социально-ответственного бизнеса, системы знаний в области организации и управления социально-ответственным поведением, формирование навыков создания стратегии социально-ориентированной торговой деятельности , приобретение умений выполнения конкретных операций по разработке и контролю эффективного социально-ответственного поведения предприятия на рынке.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

По направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, дисциплина Б.1.В.21 «Социально-ориентированная торговая деятельность на потребительском рынке» относится к дисциплинам ,формируемым участниками образовательных отношений Изучение дисциплины «Социально-ответственная торговая деятельность на потребительском рынке» способствует подготовке и проведению поиска, критического анализа и синтеза информации, применению системного подхода для решения поставленных задач, навыков создания стратегии социально-ориентированной торговой деятельности, приобретению умений выполнения конкретных операций по разработке и контролю эффективного социально-ответственного поведения предприятия, в т.ч.бережливого производства и сбыта с оценкой возможных достоинств и недостатков .

Входные знания, умения и готовность обучающегося базируются на изучении следующих предшествующих дисциплин : «Основы российской государственности», «Политическая экономия», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Правоведение», «Психология» «Этика и эстетика», «Основы торгового дела», «Инфраструктура товарного рынка».

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины у обучающегося должны быть сформированы компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИДК5$_{ук-1}$ Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: Теоретическое содержание социально-ответственного поведения предприятия на потребительском рынке; основные понятия, системы создания и алгоритм функционирования инфраструктуры социально-ответственного поведения; принципы, алгоритмы создания систем социально-ответственного бизнеса; технологию формирования элементов социально-ответственного бизнеса;

уметь: Проводить мониторинг бизнес-среды и её экспертную оценку для рассмотрения возможных вариантов решения задач эффективной социально-ориентированной торговой деятельности , оценивая их достоинства и недостатки; использовать навыки работы по презентации, ведению деловых переговоров, диагностировать уровни социальной ответственности современного предприятия, предотвращать конфликты интересов общества и фирмы, и потребителя по мотивам социальной ответственности; формировать и использовать параметры оценки коммерческого и некоммерческого продукта, методы ценообразования на него, распределения и продвижения.

владеть :

- практическими навыками поиска, критического анализ и синтеза информации для решения задач организации и управления социально-ориентированной торговой деятельностью; знаниями и умениями применения системного подход для решения поставленных задач; умениями проводить оценку уровня удовлетворенности и вовлеченности в социальное поведение клиента при осуществлении покупки.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МОДУЛЬ1 . СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННАЯ ТОРГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

Смысловой модуль 1. Понятия и составляющие социально-ответственного бизнеса.
Тема 1. Методологические основы социально-ответственного бизнеса
Тема 2. Основные модели развития социально-ответственного маркетинга
Тема 3. Базовые концепции социально-ответственного маркетинга
Смысловой модуль 2. Нормы взаимодействия предприятия с внешней и внутренней средой
Тема 4. Понятие, составляющие культурной среды и их влияние на социально-ориентированные усилия предприятия
Тема 5. Внутренняя среда социально-ориентированного предприятия. Понятие интрапренерства
Тема 6. Этическая оценка результатов деятельности предприятия на потребительском рынке
Смысловой модуль 3. Комплекс маркетинга социально-ориентированного предприятия в контексте бережливого производства и сбыта
Тема 7. Понятие бережливого производства и сбыта
Тема 8. Организация и управление распределительными процессами в системе безопасного производства и сбыта предприятия
Тема 9 Методы и инструменты обеспечения качества продукции в безопасном производстве и сбыте
Тема 10. Продвижение в социально-ответственной торговой деятельности
Тема 11. Потребители в социально-ответственной торговой деятельности

6. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	дневная форма						очно-заочная форма					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	СР[4]	Пр[5]		л[1]	п[2]	лаб[3]	СР[4]	Пр[5]
Модуль 1. Социально-ориентированная торговая деятельность на потребительском рынке												
Смысловой модуль 1. Понятия и составляющие социально-ответственного бизнеса												
Тема 1. Методологические основы социально-ответственного бизнеса	8	2	2		4		8	1	1		6	
Тема 2. Основные модели развития социально-ответственного бизнеса	8	2	2		4		10	2	2		6	
Тема 3. Базовые концепции	8	2	2		4		10	2	2		6	

социально-ответственного маркетинга												
Всего по смысловому модулю 1	24	6	6		12		28	5	5		18	
Смысловой модуль 2. Нормы взаимодействия предприятия с внешней и внутренней средой												
Тема 4. Понятие, составляющие культурной среды и их влияние на социально-ориентированные усилия предприятия	8	2	2		4		8	1	1		6	
Тема 5. Внутренняя среда социально-ориентированного предприя. Понятие интрапренерс-тва	8	2	2		4		8	1	1		6	
Тема 6. Этическая оценка результатов деятельности предприятия на потребительском рынке	8	2	2		4		8	1	1		6	
Всего по смысловому модулю 2	24	6	6		12		24	3	3		18	
Смысловой модуль 3. Комплекс маркетинга социально-ориентированного предприятия в контексте бережливого производства и сбыта												
Тема7. Понятие бережливого производства и сбыта	5	1	1		3		6	2	2		2	
Тема 8. Организация и управление распределительными процессами в системе безопасного	5	1	1		3		4	1	1		2	

производства и сбыта предприятия												
Тема 9. Методы и инструменты обеспечения качества продукции в безопасном производстве и сбыте	8	2	2		4		6	2	2		2	
Тема10. Продвижение в социально-ответственной торговой деятельности	5	2	2		1		3	1	1		1	
Тема 11. Потребители в социально-ответственной торговой деятельности	6,6	2	2		2,6		6	2	2		2	
Всего по смысловому модулю 3	29,6	8	8		13,6		25	8	8		9	
Всего часов	77,6	20	20		37,6		77	16	16		45	
Катт						1						1,6
СРэк												
ИК												
КЭ						2						2
Каттэк						0,4						0,4
контроль						27						27
Итого	108	20	20		37,6	30,4	108	16	16		45	31

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная/очно-заочная форма
1	Понятие и связь взглядов на СОТД с концепциями бизнеса и бережливым производством и сбытом.	2	1
2	Анализ моделей развития хозяйственной культуры и ее роль в обеспечении бережливого производства и сбыта.	2	2
3	Технология составления схемы этических усилий предприятия.	2	2
4	Навыки проведения мониторинга	2	1

	культурной среды и ее экспертной оценки.		
5	Параметры этичной оценки и их измерения.	2	1
6	Овладение навыками и приемами анализа параметров коммерческого и некоммерческого продукта.	2	1
7	Методы ценообразования, продвижения и стимулирования для коммерческого и некоммерческого продукта.	1	2
8	Понятие и элементы бережливого производства и сбыта	1	1
9	Анализ моделей развития хозяйственной культуры.	2	2
10	Технология разработки и использования инструментов оценки качества при помощи диаграмм Парето и Исикавы	2	1
11	Навыки проведения мониторинга связи деятельности всех звеньев рыночной системы с формированием интегрированной ценности	2	2
Всего:		20	16

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная/очно-заочная форма
1	Не предусмотрено		
2			
….			
Всего:			

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

п/п	Название темы	Кол-во часов,д.ф.	Кол-во часов о.з.ф.
1	Маркетинговая сущность социально-ответственного бизнеса: принципы, алгоритмы создания систем социально-ответственного бизнеса	4	6
2	Анализ конкурентных преимуществ и создание новых товаров с учетом параметров социальной ответственности	4	6
3	Технологи формирования элементов социально-ответственной торговой деятельности . в т.ч. с учетом требований цифровизации	4	6
4	Анализ эффективности использования инструментов социально-ответственного маркетинга в торговой деятельности с учетомтребований бережливого производства и сбыта	4	6
5	Характеристика параметров внутренней социальной ответственности торгового предприятия в системе бережливого	4	6

	производства и сбыта		
6	Характеристика параметров внешней социальной ответственности торгового предприятия в системе бережливого производства и сбыта	3	6
7	Конкурентоспособность торгового предприятия Республики по параметрам социальной ответственности в системе бережливого производства и сбыта	3	2
8	Предотвращение конфликтов интересов общества, фирмы и потребителя по мотивам социальной ответственности	3	2
9	Инструменты повышения уровня социальной ответственности торговых предприятий Республики, в т.ч. проведение мониторинга цен в торговых предприятиях	1	2
10	Анализ уровня социальной ответственоести потребителей и торговых предприятий в соц.сетях	1	1
11	Договорная работа современного торгового предприятия, работающего на принципах социально-ответственного маркетинга, бережливого сбыта	2,6	2
	Всего	37,6	45

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

1) для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

2) для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением

для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

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 слепых и слабовидящих:
   - в форме электронного документа;
2) для глухих и слабослышащих:
   - в форме электронного документа.
3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
   - в форме электронного документа;

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	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль: - устный опрос (темы 1-11) -практические задания, ситуации (темы 8, 9, 10,11) - тесты по модулям	 1 2 1	 11 8 11
- текущий модульный контроль	10	30
Промежуточная аттестация	*экзамен*	*100/60*
Итого за семестр	*100*	

* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по дисциплине

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в очно- заочной форме обучения*

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль: - устный опрос (темы 1-11) -ситуационные задания (темы 8,9,10,11) - тесты по модулям	 1 2 1	 11 8 11
- текущий модульный контроль	10	30
Промежуточная аттестация	*экзамен*	*100/60*
Итого за семестр	*100*	

* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по дисциплине

Перечень вопросов к экзамену

1. Что такое социальная ответственность бизнеса. Партнерство между какими элементами она призвана стимулировать?
2. Основные модели развития социально-ответственного бизнеса
3. Может ли социально-этический компонент оказывать влияние на хозяйственную деятельность предприятия, в чем это выражается?
4. Охарактеризовать изменение целей и применяемого инструментария предприятия, при внедрении на нем концепции СОТД и БП?
5. Опишите, в контексте с какими составляющими социально-экономической среды рассматриваются решения предприятия в рамках СОТДи БП?
6. Сравните прагматическую концепцию бизнеса и позитивную концепцию бизнеса, сделайте вывод?
7. Сравните прагматическую концепцию бизнеса и критическую концепцию бизнеса, сделать вывод?
8. Подумайте и обоснуйте свою точку зрения, может ли социально-ориентированный маркетинг применятся не только в коммерческой сфере ?

9. За счет каких мероприятий предприятие может достичь своих целей при использовании концепции «усовершенствование товара». В чем заключаются цели при этой концепции?
10. Технологи формирования элементов социально-ответственной торговой деятельности . в т.ч. с учетом требований цифровизации
11. Охарактеризуйте особенности социально значимой миссии с точки зрения предприятия и с точки зрения потребителя?
12. 5 элементов системы социального бизнеса и маркетинга (общественные обязательства, реальная лояльность, социальная информационная кампания, социальная программа стимулирование сбыта, инвестирование в социальные инициативы.
13. Договорная работа современного торгового предприятия, работающего на принципах социально-ответственного маркетинга?
14. Как Вы думаете, можно ли говорить об этичности или социальной направленности определенных действий при исследовании поведения индивидуумов, не являющихся представителями определенной общественно-исторической формации ? Почему?
15. Глобальные вызовы и проблемы, оказывающие влияние на социально-ориентированный бизнес, БП и сбыт?
16. Как вы думаете что заставляет работать на принципах СОБ всемирные и транснациональные компании?
17. В чем состоит основополагающая разница между соглашениями и договорами. Что должно содержаться в обязательном порядке в любом договоре?
18. Система формирования реальной лояльности в структуре социального маркетинга (примеры)?
19. Социальные информационные кампании в структуре социального бизнеса (примеры). Применение инструментов СТИС и ФОСТИС?
20. 5-ть уровней применения концепции социально-ответственного маркетинга по Р. Рейденбаху и П.Робину?
21. Продукт в комплексе социально-ответственного маркетинга?
22. Распределение социально-ориентированного продукта (место продукта)?
23. Продвижение продукта в социально-ответственном маркетинге?
24. Потребители в социально-ответственном маркетинге?
25. Что подразумевается под корпоративной культурой предприятия. Её связь с СОТД?
26. Внутренняя и внешняя корпоративная культура, влияние на степень интегрированности в СОТД?
27. Потребительская реальная лояльность и её зависимость от социальной вовлеченности предприятия?
28. Конкретные тенденции развития СОБ в РФ и ДНР, с примерами?
29. Сегментация рынка с точки зрения СОТД?
30. Общественные движения, оказывающие наибольшее влияние на СОТД
31. Антагонистическая компонента интересов различных элементов СОБ и меры по её смягчению ?
32. Основные альтернативные маркетинговые стратегии?
33. Личный дискомфорт, угрызения совести, подавленность формируют какой вид издержек? Какие еще виды издержек существуют и что в них входит?
34. Тенденции изменения поведения потребителя в рамках увеличивающейся интенсивности соц. ответственных бизнес-программ?
35. Увеличение прозрачности отчетности крупных игроков рынка и влияние этого фактора на имидж предприятия?
36. Социальные информационные компании и их роль в тренде социально ориентированной концепции?
37. Общественные, групповые и эгоистические интересы, их влияние на развитие общества и предприятия?

38. Принципы распределения социально-ориентированного продукта
39. Инструменты повышения уровня социальной ответственности торговых предприятий Республики, в т.ч. проведение мониторинга цен в торговых предприятиях
40.Понятие бережливого производства и сбыта
41.Распределительные процессы в системе бережливого производства и сбыта предприятия
42. Качество продукции и инструменты его измерения. Методы Парето и Исикавы

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	Т9	Т10	Т11	**Текущий контроль**	**Экзамен**	**Все виды учебной д-ти**
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	40	60	100

Государственная шкала оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной 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:

1.Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб.пособие/Под ред. Е.М.Азарян/Минобрнауки РФ, ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени М.Туган-Барановского», кафедра маркетинга и торгового дела.- Донецк: ДОННУЭТ,2025.-Т1.-182с
2. Криковцев, А. А. Основы торгового дела: учебное пособие по дисциплине для обучающихся направления подготовки 38.03.06 Торговое дело ОП ВПО всех форм обучения. - Донецк: ДонНУЭТ, 2020. – 161 с. - URL: http://catalog.donnuet. ru /. – Режим доступа: Электронная библиотека ДОННУЭТ. – Текст : электронный
3.Староверова, К. О. Бережливое производство : учебник для вузов / К. О. Староверова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 74 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18348-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/568888

Дополнительная:

1.Вишнякова, Ю. А. Социальный маркетинг. Инклюзивные формы : учебное пособие для вузов / Ю. А. Вишнякова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 140 с. — (Высшее образование). —

ISBN 978-5-534-12509-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/543174.
2. Герчикова, Е. З. Государственное регулирование торговой деятельности: учеб. пособие. - Саратов, 2019. – 119 с. - URL: ttps://elibrary.ru/download/elibrary_47874599_97689797.pdf. – Режим доступа: Локальная компьютерная сеть НБ ДОННУЭТ. – Текст : электронный.
3.Карпова, С.В. Маркетинг: теориия и практика:учебн.пособие для вузов /С.В.Карпова. — Москва: Изд-во Юрайт,2023.-383с
4.Котлер Ф.,Ли Н.Корпоративная социальная ответственность.Как сделать как можно больше добра для вашей компании и общества / Ф.Котлер, Н.Ли: пер. с англ.С. Яринич.-К.:Стандарт,2015.-302с
5.Неверова Е. В. Коммерческая деятельность : учебное пособие / Е. В. Неверова ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Хабаровский государственный университет экономики и права, Кафедра логистики и коммерции . ─ Хабаровск : РИЦ ХГУЭП, 2020 . ─ 92 с. URL: https://elibrary.ru. – Режим доступа: Локальная компьютерная сеть НБ ДОННУЭТ. – Текст : электронный.
6.Основы предпринимательской деятельности: учеб. пособие / А. Ю. Мудревский, С. Б. Тюрин, А. Д. Бурыкин, А. В. Юрченко; ред. А. Ю. Мудревский. - Ярославль : Канцлер, 2018. – 256 с. - URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_47874599_97689797.pdf. – Режим доступа: Локальная компьютерная сеть НБ ДОННУЭТ. – Текст : электронный.
7.Платонов, В. Н. Организация и технология торговли : учебник для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Коммерческая деятельность", "Товароведение и экспертиза товаров", "Товароведение и торговое предпринимательство" / В. Н. Платонов, Л. С. Климченя. - Минск : БГЭУ, 2017 – 426 с. URL: https://elibrary.ru. – Режим доступа: Локальная компьютерная сеть НБ ДОННУЭТ. – Текст : электронный.

Учебно-методические издания

1.ГОСТ Р 56020-2014 **Бережливое производство**. Основные положения и словарь
1.Криковцева Н.А. Социально-ориентированная торговая деятельность. Опорный конспект лекций / Н.А.Криковцева. -Донецк:ДонНУЭТ.-Текст: электронный,2025

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Электронный каталог Научной библиотеки государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского».

2.Электронная базовая система «UNILIBRARY».

3. Электронная базовая система «Znanium.com».

4.Электронная базовая система «КнигаФонд».

5.База данных Polpred.com. по IP-адресам в локальной сети государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» с возможностью доступа с домашних компьютеров.

6.WileyOnlineLibrary (База данных SAGEPremier . сайт библиотеки (http://library.donnuet.dn.ua/)

7.«Энциклопедия маркетинга»- http:// www.marketing.spb.ru/

8. «Новый маркетинг» - http:// www. web-standart.net/

15. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный фонд Университета, корпуса 3,4,6,7.Стенды, структурно-логические схемы, материалы видео-лекций, материалы в системе Moodle, лецензионное программное обеспечение

16. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Наименование дисциплины	Фамилия, имя, отчество	Должность *(для совместителей место основной работы, должность)*	Наименование учебного заведения, который 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)*
1	2	3	4	5	6	7
1	Социально-ориентированная торговая деятельность на потребительском рынке	Криковцева Нина Александровна	Профессор	Донецкий институт советской торговли, 1977г., «Товароведение и организация торговли продовольственными товарами», товаровед и организатор торговли высшей квалификации	Кандидат экономических наук, 08.00.05 - экономика, планирование, организация управления народным хозяйством и его отраслями (торговля и общественное питание), профессор кафедры маркетинга и коммерческого дела, «Эффективность организации розничной продовольственной торговли в период становления рынка»	«Подготовка экспертов для проведения лицензионной и аккредитационной экспертизы образовательных организаций высшего профессионального образования» Удостоверение ВУЗ «Республиканский институт последипломного образования инженерно-педагогических работников» 11.06.2016г. № 390 Удостоверение о повышении квалификации по программе «Актуальные вопросы преподавания в образовательных учреждениях высшего образования : нормативно-правовое, психолого-педагогическое и методическое сопровождение».16 часов , ФГБОУ высшего образования « Донской государственный технический университет» (Ростов-на-

						Дону),2022 Справка о прохождении стажировки в ООО «Тишина» с 8.09.по 30.09. 2025,72 часа рег.№ 34ст от «05»09.2025г.