

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Крылова Людмила Васильевна

Должность: Проректор по учебно-методической работе

Дата подписания: 08.12.2025 08:45:59

Уникальный программный ключ:

b066544bae1e449cd8bfc591c7724a74a2711b2

**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)

«26» декабря 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.07.01 МЕРЧАНДАЙЗИНГ**

Укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление

Программа высшего образования – программа бакалавриата

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Профиль Рекламный бизнес

Факультет маркетинга и торгового дела

Курс, форма обучения:

очная форма обучения 4 курс

заочная форма обучения 5 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

**Донецк
2025**

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

- в 2025 г. - для очной формы обучения;
- в 2025 г. - для заочной формы обучения.

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

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела
Протокол от «25» 02 2025 года № 16

Зав. кафедрой маркетинга и торгового дела

(подпись)

И.М. Рвачева
(инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела

(подпись)



Д.В. Махносов

(инициалы, фамилия)

Дата «25» 02 2025 года

ОДОБРЕНО

Учебно - методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от «26» 02 2025 года № 7

Председатель  Л. В. Крылова

(подпись)

©Возиянова Н.Ю., 2025 год

© ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2025 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 Рекламный бизнес	Год подготовки	
Смысловых модулей –3		4-й	5-й
Общее количество часов – 72		Семестр	
		7-й	9-й
		Лекции	
		18 час.	16 час.
Количество часов в неделю для очной формы обучения: аудиторных – 2; самостоятельной работы обучающегося – 1,8	Программа высшего образования – программа магистратуры	Практические, семинарские занятия	
		16 час.	16 час.
		Лабораторные занятия	
		-	-
		Самостоятельная работа	
		60,95 час.	76,15 час.
		Индивидуальные задания*:	
		3 ТМК	3 ТМК
		Форма промежуточной аттестации:	
		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.07.01 «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-2 _{ПК2} 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.

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. Внутримagaзинная 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 ¹	п ²	лаб ³	инд ⁴	СР ⁵		л	п	лаб	инд	СР
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1.												
Смысловой модуль 1.												
Тема 1. Понятие, сущность и значение	11,88	2	4			6,6	11,79	2	1,5			8,46

мерчандайзинга												
Тема 2. Поведение покупателя в торговом зале	11,88	2	3			6,6	11,79	2	1,5			8,46
Тема 3. Планирование торговых площадей	11,89	1	3			6,8	11,72	1	1,6			8,46
Итого по смысловому модулю 1	35,65	5	10			20	35,38	5	4,6			25,38
Смысловой модуль 2.												
Тема 4. Распределение торговых площадей	11,88	2	4			6,6	11,79	2	1,5			8,46
Тема 5. Особенности выкладки товаров в торговом зале	11,88	2	3			6,6	11,79	2	1,5			8,46
Тема 6. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчандайзинга	11,89	1	3			6,8	11,72	1	1,6			8,46
Итого по смысловому модулю 2	35,65	5	10			20	35,38	5	4,6			25,38
Смысловой модуль 3.												
Тема 7. Витринистика как инструмент визуального мерчандайзинга	11,88	2	4			6,98	11,79	2	1,6			8,46
Тема 8. Влияние атмосферы и чувственных компонентов на процесс покупки	11,88	2	3			6,98	11,79	2	1,6			8,46
Тема 9. Оценка эффективности мерчандайзинга	11,89	2	3			6,99	11,81	2	1,6			8,47
Итого по смысловому модулю 3	35,65	6	10			20,95	35,39	6	4,8			25,39
Всего по смысловым	106,95	16	30			60,95	106,15	16	14			76,15

МОДУЛЯМ												
Катт	0,8				-		1,6					
СРэк					-							
ИК					-							
КЭ					-							
Каттэк	0,25				-		0,25					
Контроль												
Всего часов:	108	16	30		-	60,95	72	16	14			76,15

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	4	1,5
2	Тема 2. Поведение покупателя в торговом зале	4	1,5
3	Тема 3. Планирование торговых площадей	4	1,5
4	Тема 4. Распределение торговых площадей	3	1,5
5	Тема 5. Особенности выкладки товаров в торговом зале	3	1,5
6	Тема 6. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчандайзинга	3	1,5
7	Тема 7. Витринистика как инструмент визуального мерчандайзинга	3	1,5
8	Тема 8. Влияние атмосферы и чувственных компонентов на процесс покупки	3	1,5
9	Тема 9. Оценка эффективности мерчандайзинга	3	2
	Всего:	30	14

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	6,77	8,46
2	Тема 2. Поведение покупателя в торговом зале	6,77	8,46
3	Тема 3. Планирование торговых площадей	6,77	8,46
4	Тема 4. Распределение торговых площадей	6,77	8,46
5	Тема 5. Особенности выкладки товаров в	6,77	8,46

	торговом зале		
6	Тема 6. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчандайзинга	6,77	8,46
7	Тема 7. Витринистика как инструмент визуального мерчандайзинга	6,77	8,46
8	Тема 8. Влияние атмосферы и чувственных компонентов на процесс покупки	6,77	8,46
9	Тема 9. Оценка эффективности мерчандайзинга	6,79	8,47
	Всего:	60,95	76,15

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

1. Что такое мерчандайзинг и каковы его основные цели?
2. Какие существуют виды мерчандайзинга?
3. В чем разница между визуальным мерчандайзингом и онлайн-мерчандайзингом?
4. Какие факторы влияют на эффективность мерчандайзинга в розничной торговле?

5. Как планировка магазина влияет на покупательское поведение?
6. Какие существуют методы оптимизации выкладки товаров?
7. Что такое планограмма и как ее разработать?
8. Какие принципы мерчандайзинга следует учитывать при выкладке товаров на полках?
9. Как использовать цвет и освещение для привлечения внимания к товарам?
10. Какую роль играет упаковка товара в мерчандайзинге?
11. Как сезонность влияет на мерчандайзинг?
12. Какие инструменты мерчандайзинга наиболее эффективны для продвижения новых товаров?
13. Как мерчандайзинг помогает увеличить продажи товаров импульсного спроса?
14. Как оценить эффективность мерчандайзинга?
15. Какие ключевые показатели эффективности (KPI) используются в мерчандайзинге?
16. Как анализировать данные о продажах для улучшения мерчандайзинга?
17. Какие технологии используются в современном мерчандайзинге?
18. Как использовать digital signage в мерчандайзинге?
19. Что такое сенсорный мерчандайзинг и как его применять?
20. Какие тренды в мерчандайзинге наиболее актуальны сегодня?
21. Как мерчандайзинг влияет на лояльность покупателей?
22. Какую роль играют сотрудники магазина в мерчандайзинге?
23. Как обучать персонал основам мерчандайзинга?
24. Какие существуют ошибки в мерчандайзинге и как их избежать?
25. Как адаптировать мерчандайзинг к разным целевым аудиториям?
26. Как использовать мерчандайзинг для продвижения бренда?
27. Какие особенности мерчандайзинга в разных отраслях (например, продукты питания, одежда, электроника)?
28. Как мерчандайзинг помогает бороться с конкуренцией?
29. Какие юридические аспекты следует учитывать при мерчандайзинге (например, правила размещения рекламы)?
30. Как мерчандайзинг влияет на восприятие цены товара?
31. Какие психологические приемы используются в мерчандайзинге?
32. Как создать атмосферу в магазине, способствующую покупкам?
33. Что такое кросс-мерчандайзинг и как его применять?
34. Как использовать сторителлинг в мерчандайзинге?
35. Как мерчандайзинг помогает улучшить клиентский опыт?
36. Какие особенности мерчандайзинга в интернет-магазинах?
37. Как использовать A/B тестирование для оптимизации онлайн-мерчандайзинга?
38. Как персонализировать мерчандайзинг в онлайн-магазине?
39. Какие инструменты аналитики используются в онлайн-мерчандайзинге?
40. Как мерчандайзинг может способствовать устойчивому развитию и социальной ответственности бизнеса?

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	зачет	60
Итого за семестр	100	

* 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		
Смысловой модуль №1		Смысловой модуль №2		Смысловой модуль №3		Текущий контроль	Экзамен	Все виды учебной деятельности
T1	T2	T3	T4	T5	T6	40	60	100
5	5	5	10	5	10			

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. Мсрчандайзинг 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.: 60х90 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. библиот. 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.

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 образования», проблемный семинар (тематический) 36ч., Государственная организация высшего профессионального образования «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского» 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 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» б. Сертификат №1-21, 01.04.2021. Разработка и апробация авторских курсов для работников отдела PR и GR 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
--	--	--	--	---