

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ  
ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**

**КАФЕДРА ТОВАРОВЕДЕНИЯ И ЭКСПЕРТИЗЫ  
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

УТВЕРЖДАЮ:

Первый проректор  Л.А.Омельянович

«  » 2018г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«ТОВАРОВЕДНЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ  
ТОВАРОВ»**

Укрупненная группа 38.00.00 «Экономика и управление»

Программа высшего профессионального образования бакалавриат

Направление подготовки 38.03.07 «Товароведение»

Профиль «Товароведение продовольственных товаров и коммерческая деятельность»

Институт, факультет маркетинга, торговли и таможенного дела

Курс, форма обучения (очная, заочная) 4к. (очная форма обучения), 5 уск., 3к. (заочная форма обучения)

Учебный год 2018-2019

Донецк  
2018

Рабочая программа «Товароведные аспекты маркетинга продовольственных товаров» для студентов по направлению подготовки 38.03.07 «Товароведение» (профилю «Товароведение продовольственных товаров и коммерческая деятельность»)

*Разработчик:* Медведкова И.И., к.т.н., доцент

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры товароведения и экспертизы продовольственных товаров

Протокол от «12» 12 2018 года N 3

Заведующий кафедрой

В.Д.Малыгина  
(подпись)

СОГЛАСОВАНО:

Декан факультета маркетинга, торговли и таможенного дела

И.Х.Баширов  
(подпись)

Дата «25» 06 2018 г.

Одобрено Учебно - методическим Советом университета

Протокол от "30" 08 2018 года N рабочий

"30" 08 2018 года Председатель Л.А.Омельянович  
(подпись) (фамилия и инициалы)

© Медведкова И.И., 2018год

© ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2018

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ  
ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**

**КАФЕДРА ТОВАРОВЕДЕНИЯ И ЭКСПЕРТИЗЫ  
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

УТВЕРЖДАЮ:

Первый проректор \_\_\_\_\_ Л.А.Омельянович

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«ТОВАРОВЕДНЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ  
ТОВАРОВ»**

Укрупненная группа \_\_\_\_\_ 38.00.00 «Экономика и управление

Программа высшего профессионального образования бакалавриат

Направление подготовки \_\_\_\_\_ 38.03.07 «Товароведение»

Профиль \_\_\_\_\_ «Товароведение продовольственных товаров и коммерческая деятельность»

Институт, факультет \_\_\_\_\_ маркетинга, торговли и таможенного дела

Курс, форма обучения (очная, заочная) 4к. (очная форма обучения), 5 уск., 3к. (заочная форма обучения)

Учебный год \_\_\_\_\_ 2018-2019

**Донецк  
2018**

Рабочая программа «Товароведные аспекты маркетинга продовольственных товаров» для студентов по направлению подготовки 38.03.07 «Товароведение» (профилю «Товароведение продовольственных товаров и коммерческая деятельность»)

**Разработчик:** Медведкова И.И., к.т.н., доцент

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры товароведения и экспертизы продовольственных товаров

Протокол от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2018\_\_ года N \_\_\_

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ В.Д.Малыгина  
(подпись)

СОГЛАСОВАНО:

Декан факультета маркетинга, торговли и таможенного дела

\_\_\_\_\_ И.Х.Баширов  
(подпись)

Дата «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 \_\_ г.

Одобрено Учебно - методическим Советом университета

Протокол от "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ года N \_\_\_

"\_\_\_" \_\_\_\_\_ 2018\_\_ года Председатель \_\_\_\_\_ Л.А.Омельянович  
(подпись) (фамилия и инициалы)

© Медведкова И.И., 2018год

© ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2018

## 1. ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование показателей	У крупненная группа, направление подготовки (профиль, магистерская программа), специальности, программа высшего профессионального образования	Характеристика учебной дисциплины	
		очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц очная форма ECTS – 2,5 заочная форма ECTS – 1,44/1,94	У крупненная группа <u>38.00.00 «Экономика и управление</u>	Выборочная	
	Направление подготовки <u>38.03.07 «Товароведение»</u>		
Модулей -1	Профиль: <u>«Товароведение продовольственных товаров и коммерческая деятельность»</u>	<b>Год подготовки:</b>	
Содержательных модулей – 4		4-й	5-й уск/3к.
Индивидуальные научно- исследовательские задания		<b>Семестр</b>	
Общее количество часов 90		8-й	9-й/6-й
Количество часов в неделю для очной формы обучения аудиторных - 2 самостоятельной работы студентов – 2	Программа высшего профессионального образования: <u>бакалавриат</u>	<b>Лекции</b>	
		12 ч.	4 ч./6 ч.
		<b>Лабораторные работы</b>	
		12 ч.	8 ч./8 ч.
		<b>Самостоятельная работа</b>	
		24 ч.	40 ч./56ч.
<b>Индивидуальные задания:</b>			
		Вид контроля: экзамен/зачет	

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:  
 для очной формы обучения – 24ч.: 24ч.  
 для заочной формы обучения – 12/14 : 40/56

**Целью** изучения курса «Товароведные аспекты маркетинга продовольственных товаров» является формирование у студентов целостной системы знаний по маркетинговым аспектам товароведения продовольственных товаров, умение использовать полученные навыки в повседневной работе по специальности «Товароведение и коммерческая деятельность».

**Задачей** курса является 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 студентами навыков по разработке и внедрению новых пищевых продуктов.

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Дисциплина «Товароведные аспекты маркетинга продовольственных товаров» входит в базовую часть профессионального цикла учебного плана. Знания и умения по данной дисциплине должны быть востребованы при проведении научных исследований по товароведению пищевых продуктов.

Студент должен знать:

- основные понятия, цели, принципы, объекты, методы товароведения, ассортиментные, квалиметрические, количественные характеристики товаров; классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров; факторы, их обеспечивающие;
- виды товарных потерь, причины возникновения, порядок списания, меры предупреждения и сокращения;
- виды, формы, средства товарной информации, ее правовую базу.

Студент должен уметь:

- формировать ассортимент, оценивать качество, учитывать формирующие и регулировать сохраняющие факторы, получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарносопроводительных документов;
- устанавливать контакты с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение;
- управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение;
- принимать товары по количеству и качеству;
- идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли;
- оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли;
- обеспечивать соблюдение санитарно-эпидемиологических требований к товарам и упаковке, оценивать качество процессов в соответствии с установленными требованиями.

Студент должен владеть:

- умением и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности организации;
- опытом работы с действующими законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности;
- методами формирования ассортимента в соответствии с ассортиментной политикой организации, определения номенклатуры показателей качества товаров;
- 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.

## 4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ <sup>7</sup>

В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

ОПК-1 - способностью осознавать социальную значимость своей будущей профессии, выполнять свои обязанности по профессиональной деятельности с учетом задач по охране труда и гражданской обороне в условиях изменчивости процессов исследования, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности

ОПК-3 - готовностью самостоятельно принимать профессиональные решения на основе использования законодательных и нормативных актов, знания теории и практики

ОПК-8 - способностью использовать необходимые формы повышения квалификации, образовательного и профессионального уровня, деловой квалификации.

В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

ПК-1 - знанием ассортимента товаров и факторов его формирующих;

ПК-2: знание потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество;

ПК-3: знание принципов классификации, характеристики ассортимента и потребительских свойств однородных групп товаров;

ПК – 4 - способностью осуществлять идентификацию и устанавливать ассортиментную принадлежность товаров

ПК-5 - умением определять соответствие безопасности и качества товаров требованиям технических регламентов, положениям стандартов или технических условий, условиям договоров, информации, приведенной в товаросопроводительных документах.

ПК-7 - системным представлением об основных организационных и управленческих функциях, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров

В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующими профессионально-прикладными компетенциями (ППК):

ППК -2 – знанием потребительских свойств, показателей качества товаров и факторов, их формирующих и сохраняющих.

ППК-11 - способностью анализировать объем и структуру товарных запасов и оптимизировать их структуру.

**В результате изучения учебной дисциплины студент 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 товароведческо-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 1.** Качество и конкурентоспособность товаров в условиях рыночной экономики.

**Тема 2.** Общая характеристика продовольственного сырья и методов их переработки.

**Тема 3.** Методологические основы раздробление новых пищевых продуктов.

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

**Тема 1.** Прогнозирование и управления качеством товаров при товародвижении

**Тема2.** Оптимизация товароведно -технологических решений при использовании маркетинговых коммуникаций.

## 6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная форма обучения					
	Все го	в том числе*					Вс е го	в том числе*				
		л	п	ла б	Ин д	СР С		л	п	лаб	Ин д	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Смысловой модуль 1.. Подходы к решению товароведных задач маркетинга</b>												
<b>Тема 1.</b> Общие методологические подходы к решению товароведных задач маркетинга.	4	2	2				7, 5	0, 5	1			6
<b>Тема 2.</b> Товароведческие аспекты потребностей, спроса и предложения в условиях маркетинговой ориентации предприятий.	4	2	2				7, 5	0, 5	1			6
<b>Итого по смысловому модулю 1</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>				<b>15</b>	<b>1</b>	<b>2</b>			<b>12</b>
<b>Смысловой модуль 2. Конкурентоспособность товаров</b>												
<b>Тема 1.</b> Качество и конкурентоспособность товаров в условиях рыночной экономики.	4	2	2				5, 5	0, 5	1			4
<b>Тема 2.</b> Общая характеристика продовольственного сырья и методов их переработки.	2	1	1				4, 8	0, 3	0, 5			4
<b>Тема 3.</b> Методологические основы раздробление новых пищевых продуктов.	2	1	1				4, 7	0, 2	0, 5			4
<b>Итого по смысловому модулю 2</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>				<b>15</b>	<b>1</b>	<b>2</b>			<b>12</b>
<b>Смысловой модуль 3. Качество продовольственных товаров при товародвижении</b>												
<b>Тема 1.</b> Прогнозирование и управления качеством товаров при товародвижении	16	2	2			12	10	1	1			8
<b>Тема2.</b> Оптимизация товароведно - технологических решений при использовании маркетинговых	16	2	2			12	10	1	1			8



коммуникаций.												
<b>Итого по смысловому модулю 3</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>				<b>20</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			<b>16</b>
<b>Всего часов</b>	<b>48</b>	<b>12</b>	<b>12</b>			<b>24</b>	<b>52</b> <b>/7</b> <b>0</b>	<b>4/</b> <b>6</b>	<b>8/</b> <b>8</b>			<b>40/56</b>

- л. – лекции;  
 п. – практические (семинарские) занятия;  
 лаб. – лабораторные работы;  
 инд. – индивидуальные задания;  
 срс – самостоятельная работа.

**7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ** – не предусмотрены учебным планом

**8. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ** - не предусмотрены учебным планом

**9. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ**

N з/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Товароведные аспекты формирования потребностей	2	1
2	Особенности формирования спроса и предложения в условиях маркетинговой ориентации	2	1
3	Основные факторы, влияющие на качество товара	2	1
4.	Конкурентоспособность товаров в условиях рыночной экономики.	2	1
5	Общая характеристика продовольственного сырья и методов их переработки	2	1
6	Основные этапы прогнозирования сохраняемости продовольственных товаров в процессе товародвижения	1	1
7	Этапы развития управления качеством товаров в процессе товародвижения.	1	2
	<b>Всего</b>	<b>12</b>	<b>8</b>

**10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА**

N з/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Товароведные аспекты потребностей, спроса и предложения в условиях маркетинговой ориентации предприятий	3	8/8

2	Формирование ассортимента и управление им.	3	5/8
3	Потребительская оценка ассортимента и качества товаров	3	5/8
4.	Конкурентоспособность продовольственных товаров	3	7/8
5	Методологические основы разработки новых пищевых продуктов	3	5/8
6	Прогнозирование и управления качеством товаров при товародвижении	5	5/8
7	Оптимизация товароведческо-технологических решений при использовании маркетинговых коммуникаций	4	5/8
	Всего	24	40/56

## 11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Написать реферат.

1. Оценка показателей ассортимента товаров по 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.

## 12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Кудинова, О. В. Товароведные аспекты маркетинга [ Электронный ресурс ] : конспект лекций по дисц. для студ. спец. 8.050301 - "Товаровед. и коммер. деятельность" спец. - "Товаровед. прод. товаров и коммер. деятельность" / О. В. Кудинова ; М-во образования и науки, молодежи и спорта Украины, Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, Каф. товаровед. и экспертизы прод. товаров . — Донецк : [ДонНУЭТ], 2013.

## 13. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

### Вопросы для текущего контроля

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.

### Вопросы для итогового контроля

1. Возврат покупателям недоброкачественных товаров: условия, сроки, необходимые документы.
2. Сертификация товаров как процесс защиты и безопасности потребителя.

3. Проблемы идентификации и фальсификации потребительских товаров.
4. Методы и формы воздействия на покупателя.
5. Характеристика свойств надежности товаров народного потребления.
6. Определение ценности товара для потребителя и его удовлетворение.
7. Привлечение и удержание потребителей.
8. Проблемы, связанные с разработкой нового товара.
9. Процесс принятия товара потребителями.
10. Классификация потребительских товаров.
11. Классификация товаров промышленного назначения.
12. Реакция на изменение цен конкурентов и потребителей.
13. Стандартизация товара – условие эффективности маркетинговой деятельности компании.
14. Гарантийное обслуживание – условие маркетинговых характеристик товара.
15. Сервисное обслуживание - условие продвижения маркетинговых характеристик товара.
16. Ассортимент товаров – условие управления маркетингом компании.
17. Товар как отражение деятельности компании на рынке.

#### 14. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Текущее тестирование и самостоятельная работа												Итого текущий контроль в баллах	Итоговый контроль (экзамен)	Сумма в баллах
Смысловой модуль № 1			Смысловой модуль № 2				Смысловой модуль № 3							
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	40	60	100
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4			

T1, T2, T3 – темы смыслового модуля №1;

T4, T5... T7 – темы смыслового модуля №2;

T8, T7... T12 – темы смыслового модуля №3.

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости и шкалы ECTS

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

## 15. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### Основная

1. Регламент Європейського Парламенту та Ради №1830/2003 від 31 липня 2007 р. щодо відстежування та маркування генетично модифікованих організмів і відстежування продуктів харчування та корму, виготовлених із генетично модифікованих організмів та внесення змін до Директиви 2001/18/ЄС // Official Journal L 268. – 18.10.2003. – Р. 24-28.
2. Регламент Європейського Парламенту та Ради №1829/2003 від 22 вересня 2003 р. про генетично модифіковані продукти харчування та корми // Official Journal L 268. – 18.10.2003. – Р.1-23.
3. Регламент Європейського Парламенту та Ради №1946/2003 від 15 липня 2003 р. про транскордонне переміщення генетично модифікованих організмів // Official Journal L 287. – 05.11.2003. – Р. 1-10.
4. Регламент Комісії ЄС №65/2004 від 14 січня 2004 р. про заснування системи присвоєння індивідуальних кодів генетично модифікованим організмам // Official Journal L 010. – 16.01.2004. – Р.5 – 10.
5. Директива Європейського Парламенту та Ради (ЄС) №2001/82 від 16 листопада 2001 р. Кодекс Співтовариства стосовно ветеринарних медичних препаратів // Official Journal L 311. – 28/11/2001. – Р. 1 – 66.
6. Окрепилов В.В. Эволюция качества / В.В. Окрепилов. - СПб.: Наука, 2015. – 636 с.
7. Физиология / Под ред. С.А. Георгиевой. – 2-е изд. – М.: Медицина, 2014. – 400 с.
8. Шаповал М.І. Менеджмент якості: підручник / М.І. Шаповал. – К.: Т-во «Знання»; КОО, 2003. – 475 с.
9. Безпека харчових продуктів. Нормативні документи: Довідник: – Укр. та рос. мовами / За заг. ред. В.Л.Іванова. – Львів: НІЦ “Леонорм”, 2000. – 158 с.
10. Задорожний І.М. Продовольчі товари і продовольча сировина. Світове виробництво, споживання, експорт, імпорт // І.М. Задорожний, В.В. Гаврилишин. – Львів: Львівська комерційна академія, 2012. – 416 с.
11. Степень Р.А., Паршикова В.Н. Экология: Экологические проблемы товароведения: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Р.А. Степень, В.Н. Паршикова. – М.: Издательский центр “Академия”, 2014. – 240 с.
12. Маркетинг: Підруч. для вищих навч. закладів / за ред О.М. Азарян. – К.: НМЦВО МОІН України, НВФ „Студцентр”, 2003. – 400с.

### Дополнительная

1. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы. Учебник для вузов.- М.: Издательство НОРМА, 2012. – 283 с.
2. Сидоренко О.В. Товарознавчі складові ринкознавства: Навч. посіб. – К.: Київ. нац. торг –екоп. ун-т, 2011. – 90 с.
3. Товарознавство. Опорний конспект лекцій для студентів економічних спеціальностей заочної та дистанційної форм навчання. Київ, Європейський університет, 2002. – 69 с.
4. Хлебников В.И. Технология товаров (продовольственных): Учебник. 2-е изд. – М.: Издательский Дом «Дашков и Ко», 2012. – 427 с.

### Электронные ресурсы

1. <http://www.lektsii.com/1-52331.html>
2. [https://studopedia.ru/7\\_188172\\_ponyatie-i-vidi-ekspertizi-pishchevih-produktov.html](https://studopedia.ru/7_188172_ponyatie-i-vidi-ekspertizi-pishchevih-produktov.html)
3. <http://toveks.ru/tovarnaya-ekspertiza-prodovolstvennyh-tovarov/>

## 16. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Басинская М.М. Сущность и индикаторы продовольственной безопасности / М.М. Басинская [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <[http://www.confcontact.com/2008oktInet\\_tezi/basinska.htm](http://www.confcontact.com/2008oktInet_tezi/basinska.htm)>
2. Большой полиграфический словарь. Прогресс бюро Henri Pushe [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <[http://www.pushel.ru/polyslovar/green\\_product.html](http://www.pushel.ru/polyslovar/green_product.html)>
3. Википедия. Свободная энциклопедия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://ru.wikipedia.org/wiki>>
4. Жибинова К.В. Экономические основы экологии: электронный учебно-методический комплекс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <[http://www.kgau.ru/distance/ur\\_4/ekology/cont/2-1.html](http://www.kgau.ru/distance/ur_4/ekology/cont/2-1.html)>
5. Основные понятия и общие положения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://www.dist-cons.ru/modules/Ecology/chap2.html>>

## 17. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Ауд. 4318

Для проведения практических занятий используются специализированные лаборатории, приборы и оборудование, учебный класс для самостоятельной работы по дисциплине, оснащенный компьютерной техникой, необходимым программным обеспечением, электронными учебными пособиями и законодательно – правовой и нормативной поисковой системой, имеющий выход в глобальную сеть, оснащенную аудиовизуальной техникой для презентаций студенческих работ.

## 18. 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 Игоревна	доцент кафедры товароведения и экспертизы продовольственных товаров	Донецкий государственный университет экономики торговли, 2001г., специальность: Маркетинг, квалификация: маркетолог-экономист в области продовольственных товаров	Кандидат технических наук, 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	Обучение в докторантуре на базе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», на кафедре товароведения и экспертизы продовольственных товаров по специальности 05.18.15 – Технологии и товароведение пищевых продуктов и функционального и специализированного назначения и общественного питания

			композицией»	Срок обучения в докторантуре 01.12.2012г. – 30.11.2016г.
--	--	--	--------------	--

**Примечания:**

1. Рабочая программа учебной дисциплины является нормативным документом Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» и содержит изложение конкретного содержания учебной дисциплины, последовательность, организационные формы ее изучения и их объем, определяет формы и средства текущего и итогового контролей.

2. Рабочая программа учебной дисциплины разрабатывается лектором, рассматривается на заседании кафедры, согласовывается с директором института (деканом факультета), проходит рассмотрение на заседании Учебно-методического совета и утверждается первым проректором Университета.

3. Формат бланка А4 (210 x 297 мм).