

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УЧЕТНО-ФИНАНСОВЫЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра коммерции и таможенного дела

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по научно-методической и учебной работе

Е.И. Скафа

«17» апреля 2019 г.



**Рабочая программа учебной дисциплины
«КОНЪЮНКТУРА РЫНКОВ ТОВАРОВ И УСЛУГ»**

Направление подготовки:

Магистерская программа

Программа подготовки

Квалификация

Форма обучения

38.04.06 Торговое дело

Торговое дело

академическая магистратура

Магистр

очная

Донецк 2019

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана учетно-финансового факультета

Н.В. Алексеенко

«10» апреля 2019 г.

МП

Программа составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 марта 2015 г. № 323 (с изменениями и дополнениями от 13 июля 2017 г. № 653.).

Программа учебной дисциплины «Конъюнктура рынков товаров и услуг» составлена на основе ГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», утвержденного приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 24.11.2016 г. № 1208, зарегистрированного в Министерстве юстиции ДНР от 14.12.2016 г. № 1759, «Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики», утвержденного приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 10.11.2017 г. № 1171, учебного плана по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (магистерская программа: Торговое дело), утвержденного Ученым Советом Университета от 02.04.2019 г., протокол № 3.

Разработчик:

Кандидат экономических наук, доцент
кафедры коммерции и таможенного дела

В.В. Колесник

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры коммерции и таможенного дела

Протокол № 3 от « 3 » апреля 2019 г.

И. о. заведующий кафедрой
«Коммерция и таможенное дело»

О.Н. Головинов

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией учетно-финансового факультета

Протокол № 8 от « 9 » апреля 2019 г.

Председатель учебно-методической комиссии
учетно-финансового факультета

А.А. Блажевич

1. Область применения и место дисциплины в учебном процессе:

Учебная дисциплина «Конъюнктура рынков товаров и услуг» относится к базовым дисциплинам Блока 1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело. Для студентов направления подготовки 38.04.06 Торговое дело дисциплина реализуется кафедрой коммерции и таможенного дела.

Содержание дисциплины опирается на знания и навыки, приобретенные студентами в результате изучения дисциплин - «Экономика организации торговли», «Основы статистики», «Теоретические основы товароведения», «Бухгалтерский учет», «Коммерческая деятельность».

В свою очередь, знания, умения и навыки, приобретаемые в процессе изучения дисциплины «Конъюнктура рынков товаров и услуг», будут полезны магистранту при прохождении преддипломной практики и подготовке и защите магистерской диссертации.

2. Структура дисциплины

Характеристика учебной дисциплины	
Направление подготовки	38.04.06 Торговое дело
Магистерская программа	Торговое дело
Программа подготовки	академическая магистратура
Квалификация	магистр
Количество содержательных модулей	1
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Базовая часть, Блока 1 «Дисциплины (модули)»
Формы контроля	1 модульный контроль, 1 экзамен, 3 семестр
Показатели	очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4
Количество часов	144
Год подготовки	2
Семестр	3
Аудиторных часов, в том числе	54
- лекционных	-
- практических, семинарских	54
- лабораторных	-
- самостоятельной работы	90
в т.ч. индивидуальное задание	-
Недельное количество часов,	8
в т. ч. аудиторных	3

3. Описание дисциплины

Цели и задачи

Цель освоения дисциплины - формирование у студентов целостной системы знаний о теоретических, методологических и практических подходах к организации изучения конъюнктуры рынка.

Задачи:

- установление студентами значимости, силы действия отдельных факторов на формирование конъюнктуры;
- развитие навыков у студентов по выявлению, ведущих определяющих конъюнктуру факторов в каждый отдельный момент и на ближайшие перспективы;
- изучение студентами различных сторон и элементов рыночной ситуации.

Требования к результатам освоения дисциплины: Процесс изучения дисциплины

направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки (профилю):

а) общекультурных (ОК):

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- пониманием и восприятием этических норм поведения в отношении других людей и в отношении природы (ОК-4);

б) общепрофессиональных (ОПК):

- готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (ОПК-4);

в) профессиональные компетенции (ПК):

торгово-технологическая деятельность:

- способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров (ПК-1);

организационно-управленческая деятельность:

- способностью анализировать, конъюнктуру рынка, инфраструктуру и бизнес-среду организации (предприятия) (ПК-3);

способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-5);

научно-исследовательская деятельность:

- способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-6);

- способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ (ПК-8);

проектная деятельность:

- готовностью к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (ПК-9).

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

Знать:

- понятие рыночной конъюнктуры;
- методы оценки и анализа: ассортимента предприятия и потребительского спроса;
- методики исследования конкурентной среды и конкурентов и оценки собственного потенциала рынка.

Уметь:

- анализировать рыночную ситуацию, оценивать показатели конъюнктуры рынка;
- проводить количественный и качественный сбор информации;
- определять показатели конъюнктуры рынка, для полного насыщения рынка качественными товарами и услугами;
- анализировать показатели устойчивости развития рынка, цикличности и сезонности рынка выбирать систему сбыта.

Владеть:

- знаниями различных методов сбора, анализа и мониторинга информации о конъюнктуре рынка;
- навыками управления ассортиментом предприятия посредством анализа поведения покупателей на рынке товаров;
- навыками экономико-статистических методов прогнозирования рыночной конъюнктуры.

4. Содержание дисциплины и формы организации учебного процесса

Дисциплина «Конъюнктура рынков товаров и услуг» предусматривает следующие формы организации учебного процесса: практические занятия, самостоятельную работу студентов.

При проведении практических занятий используются мультимедийные презентации, раздаточные материалы.

В учебном процессе широко применяются активные и интерактивные формы проведения занятий, внеаудиторная самостоятельная работа, балльно-рейтинговая система оценки успеваемости, личностно-ориентированное обучение.

В учебном процессе используются интернет-ресурсы по данному курсу; рассматриваются задачи, максимально приближенные к конкретным практическим ситуациям, тесты, самостоятельная работа, контрольные работы.

Самостоятельная работа студентов предусматривает подготовку к практическим занятиям, подготовку конспектов по отдельным вопросам изучаемых тем, изучение учебно-методической литературы, научных статей, подготовку презентаций, докладов, рефератов.

Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
Тема 1. Принципы и методы изучения рынков. Цели, задачи и объекты конъюнктурных исследований	Принципы и методы изучения конъюнктуры рынков. Классификация товарных рынков. Факторы конъюнктурных исследований.
Тема 2. Общие условия и факторы формирования конъюнктуры мировых товарных рынков	Общие условия формирования конъюнктуры. Классификация конъюнктурообразующих факторов. Первичная и вторичная информация. Общая характеристика методов сбора данных.
Тема 3. Методика анализа и прогнозирования мировых товарных рынков	Характеристика этапов исследования рынков Подбор, накопление и обработка материалов для исследования рынка Анализ конъюнктуры рынка Прогноз
Тема 4. Ценообразование в теории и практике конъюнктурных исследований мировых товарных рынков	Характеристика факторов ценообразования. Ценовая эластичность предложения и спроса. Регулирование рыночных цен. Мировая цена и множественность цен.
Тема 5. Закономерности формирования и специфика изучения мировых рынков отдельных видов продукции	Особенности технологии как товара. Международное сотрудничество в области высоких технологий

Тематический план

Названия содержательных модулей и тем	Количество часов					
	Очная форма					
	всего	в т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные занятия	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Содержательный модуль 1						
Тема 1. Принципы и методы изучения рынков. Цели, задачи и объекты конъюнктурных исследований	28		10	-	18	-
Тема 2. Общие условия и факторы формирования конъюнктуры мировых товарных рынков	30		12	-	18	-
Тема 3. Методика анализа и прогнозирования мировых товарных рынков	28		10	-	18	-
Тема 4. Ценообразование в теории и практике конъюнктурных исследований мировых товарных рынков	30		12	-	18	-
Тема 5. Закономерности формирования и специфика изучения мировых рынков отдельных видов продукции	28		10	-	18	-
ИТОГО	144		54	-	90	-

5. Методические рекомендации для проведения практических занятий

Методические рекомендации для проведения практических занятий содержатся в учебно-методическом комплексе дисциплины.

В процессе подготовки к практическому занятию студенту необходимо изучить основные положения и нормативно-правовые акты по соответствующей теме, ознакомиться с дополнительной литературой по теме практического занятия.

На практических занятиях проводится опрос, выполняются практические задания и решаются задачи по предложенным темам. Активное участие в обсуждении вопросов практических занятий, решение задач на занятии и самостоятельно по заданию преподавателя, является одним из условий получения положительной оценки по данному курсу.

Темы практических занятий

Название темы	Количество часов
<i>Тема 1.</i> Принципы и методы изучения рынков. Цели, задачи и объекты конъюнктурных исследований	10
<i>Тема 2.</i> Общие условия и факторы формирования конъюнктуры мировых товарных рынков	12
<i>Тема 3.</i> Методика анализа и прогнозирования мировых товарных рынков	10
<i>Тема 4.</i> Ценообразование в теории и практике конъюнктурных исследований мировых товарных рынков	12
<i>Тема 5.</i> Закономерности формирования и специфика изучения мировых рынков отдельных видов продукции	10
ИТОГО	54

6. Самостоятельная работа

Самостоятельная работа по дисциплине «Конъюнктура рынков товаров и услуг» для студентов включает:

- осмысление теоретических основ прослушанного лекционного материала;
- изучение отдельных тем или вопросов, которые предусмотрены для самостоятельной работы;
- подготовку конспектов по отдельным темам или вопросам, которые предусмотрены для самостоятельной работы;
- подготовку к практическим занятиям;
- решение и письменное оформление индивидуальных заданий;
- подготовку к выступлению с докладом;
- систематизацию изученного материала перед тестированием и модульным контролем.

7. Индивидуальные задания

Индивидуальные задания по дисциплине «Конъюнктура рынков товаров и услуг» заключаются в решении ситуативных и практических заданий по содержательному модулю 1. Написание рефератов, эссе по темам курса:

1. Источники внутренней информации: SWOT-анализ, TOWT-анализ.
2. Разработка вопросников: порядок и правила разработки опросных листов, анкет.
3. Особенности применения открытых и закрытых вопросов в анкете.
4. Принципы измерений и шкалирования. Виды шкалирования.
5. Первичные методы сбора информации: исследования с помощью опросов.
6. Методы опроса: интервью и анкетные.
7. Формы опросов: сравнительный анализ различных форм опроса.
8. Первичные методы сбора информации. Фокус-группы.
9. Схема проведения исследований конъюнктуры рынка.
10. Методы обработки данных, полученных в результате исследования.
11. Направления изучения конъюнктуры рынка.

12. Изучение спроса и сбыта.
13. Изучение тенденций развития рынка.
14. Изучение коммерческих рисков, способы их оценки.
15. Потенциал рынка: расчет и анализ.
16. Понятие емкости и насыщенности рынка. Подходы к расчету емкости рынка.
17. Информационное обеспечение и порядок действий в процессе расчета емкости рынка.
18. Исследование пропорциональности развития рынка: макро- и микро-пропорции.
19. ПЭСТ-анализ. Создание карты рынка.
20. Изучение потребителей.
21. Изучение конкуренции.
22. Общая характеристика методов анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка.
23. Методы экспертных оценок: индивидуальные и групповые.
24. Статистические методы прогнозирования на рынке товаров и услуг: метод экспоненциального сглаживания.
25. Статистические методы изучения взаимосвязи на рынке товаров и услуг: корреляция и регрессия.
26. Групповые методы экспертных оценок: метод Дельфи, метод мозгового штурма, метод сценариев, построение дерева целей.

8. Контрольные вопросы к промежуточной аттестации

1. Понятие конъюнктуры рынка. Задачи изучения конъюнктуры рынков товаров и услуг.
2. Общая характеристика источников информации о конъюнктуре рынка: первичные и вторичные источники данных.
3. Вторичные источники информации: внешние и внутренние. Достоинства и недостатки вторичных данных.
4. Внешние вторичные источники информации: официальные источники, СПИИ, специальные издания и др.
5. Источники внутренней информации: анализ продаж, АВС-анализ, анализ ассортимента.
6. Источники внутренней информации: анализ поставщиков, создание баз данных.
7. Источники внутренней информации: анализ цен и затрат.
8. Источники внутренней информации: SWOT-анализ, TOWT-анализ.
9. Разработка вопросников: порядок и правила разработки опросных листов, анкет.
10. Особенности применения открытых и закрытых вопросов в анкете.
11. Принципы измерений и шкалирования. Виды шкалирования.
12. Первичные методы сбора информации: исследования с помощью опросов.
13. Методы опроса: интервью и анкетные.
14. Формы опросов: сравнительный анализ различных форм опроса.
15. Первичные методы сбора информации. Фокус-группы.
16. Схема проведения исследований конъюнктуры рынка.
17. Методы обработки данных, полученных в результате исследования.
18. Направления изучения конъюнктуры рынка.
19. Изучение спроса и сбыта.
20. Изучение тенденций развития рынка.
21. Изучение коммерческих рисков, способы их оценки.
22. Потенциал рынка: расчет и анализ.

23. Понятие емкости и насыщенности рынка. Подходы к расчету емкости рынка.
24. Информационное обеспечение и порядок действий в процессе расчета емкости рынка.
25. Исследование пропорциональности развития рынка: макро- и микро-пропорции.
26. ПЭСТ-анализ. Создание карты рынка.
27. Изучение потребителей.
28. Изучение конкуренции.
29. Общая характеристика методов анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка.
30. Методы экспертных оценок: индивидуальные и групповые.
31. Статистические методы прогнозирования на рынке товаров и услуг: метод экспоненциального сглаживания.
32. Статистические методы изучения взаимосвязи на рынке товаров и услуг: корреляция и регрессия.
33. Групповые методы экспертных оценок: метод Дельфи, метод мозгового штурма, метод сценариев, построение дерева целей.

9. Образец тестового задания

1. Конъюнктуру рынка нельзя определить как:

- а) определенное соотношение между спросом и предложением как по отдельным товарам и их группам, так и по товарной и денежной массе в целом на рынке или в его сегменте;
- б) складывающиеся в определенный период времени и в конкретном месте социально-экономические, торгово-организационные и другие условия реализации товаров;
- в) наиболее выгодные для производителя условия продажи товаров определенной группы в конкретном месте и в данный период времени;
- г) результат взаимодействия факторов и условий, определяющих структуру, динамику и соотношение спроса, предложения и цен на товары и услуги.

2. Благоприятная конъюнктура товарного рынка-это:

- а) высокая рентабельность продукции;
- б) высокое качество продукции;
- в) превышение спроса над предложением при высоком уровне загрузки производственной мощности;
- г) превышение предложения над спросом при низком уровне загрузки производственной мощности.

3. В каком случае имеет место «рынок покупателя»?

- а) спрос на товары выше объемов предложения;
- б) снижение или полное отсутствие спроса на рынке в связи с ожидающимся перелом цен;
- в) спрос совпадает с объемами предложения на рынке;
- г) предложение товаров превышает величину спроса на рынке.

4. Закон убывающей доходности:

- а) описывает поведение покупателей при изменении цены товара;
- б) характеризует структуру богатства страны, соотношение между накоплением и потреблением;
- в) характеризует изменение цены товара при изменении спроса на него (при неизменном уровне качества);

г) показывает, что на получение каждой последующей единицы эффективности требуется больше единиц затрат, чем на получение предыдущей эффективности, когда закон масштаба уже исчерпал себя.

5. *Опасность, возможность убытка, вероятность потери части ресурсов - это:*

- а) ущерб;
- б) риск;
- в) банкротство;
- г) ответственность.

10. Образец экзаменационного билета

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

Образовательная программа: магистратура

Направление подготовки: 38.04.06 «Торговое дело»

Магистерская программа: Торговое дело

Учебная дисциплина: «Конъюнктура рынков товаров и услуг»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1

1. **Дайте ответ на теоретический вопрос.** Охарактеризуйте систему показателей конъюнктуры рынка и источники конъюнктурной информации.

2. Решите задачи.

1. Кривая спроса на продукцию монополиста описывается уравнением: $P = 850 - Q$. Монополист установил такую цену на товар, при которой эластичность спроса на него равна $(-0,6)$. Определить величину его выручки.

2. В таблице представлен объем спроса на наушники при разных ценах.

Цена, руб.	Объем спроса, пар	Выручка, тыс. руб.	Коэффициенты ценовой эластичности спроса
210	10		
180	20		
150	30		
120	40		
90	50		

Задание:

1) предположим, что цена пары наушников равна 120 руб. Как изменится объем спроса, если эта цена сократится на 30 руб.?

2) определите выручку от продажи наушников при каждом из значений цены; полученные данные занесите в таблицу;

3) при какой цене выручка максимальна?

4) при каких значениях цены спрос является эластичным и неэластичным?

Утверждено на заседании кафедры «Коммерция и таможенное дело»,
протокол № ___ от ___. ___. 201__ г.

Зав. кафедрой

д.э.н., проф. _____ О.Н. Головинов

Экзаменатор

к.э.н. доц. _____ В.В. Васильева

11. Критерии оценивания

Согласно модульному принципу организации учебного процесса содержание курса «Конъюнктура рынков товаров и услуг» состоит из модуля и экзамена.

Творческий рейтинг оценивается за разработку письменного реферата по темам с презентацией максимально 20 баллов, без презентации – 10 баллов.

Распределение баллов, формирующих рейтинговую оценку работы студента, осуществляется следующим образом:

Распределение баллов, которые получают студенты

Текущий контроль			Итоговый контроль	Общее количество баллов
Организационно-учебная работа студента в аудитории	Творческий рейтинг	Модульный контроль	Экзамен	
20	20	20	40	100

Текущий контроль знаний предусматривает сдачу студентами содержательного модуля. В состав модуля включены: организационно-учебная и самостоятельная работа студентов, выполнение модульной контрольной работы по темам модуля.

Организационно-учебная работа студентов учитывает уровень знаний, который продемонстрирован в ответах и выступлениях на практических занятиях, результаты экспресс-контроля (устные опросы, письменные самостоятельные работы), регулярность посещения занятий и активную работу во время занятий. Оценивание выполнения работ осуществляется по следующим критериям: за работу в аудитории - максимум **10 баллов**; за систематическое посещение занятий - максимум **5 баллов**, за самостоятельные письменные работы - максимум **5 баллов**.

Самостоятельная работа студента предусмотрена планом самостоятельной работы. Успешное выполнение заданий оценивается максимум в **20 баллов**.

Выполнение модульной контрольной работы - **20 баллов**. Модульная контрольная работа включает 10 тестовых вопросов.

Шкала оценивания: национальная и ECTS

Оценка по 100-бальной шкале	Оценка по шкале ECTS	Оценка по государственной шкале
		Экзамен
90-100	A	Отлично
80-89	B	Хорошо
75-79	C	
70-74	D	Удовлетворительно
60-69	E	
35-59	FX	Неудовлетворительно (с возможностью повторной аттестации)

0-34	F	Неудовлетворительно (с обязательным повторным изучением дисциплины)
------	---	---

12. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Дисциплина «Конъюнктура рынков товаров и услуг» проводится в предметном кабинете «Непродовольственные товары» кафедры коммерции и таможенного дела для проведения лекционных, практических занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации (ауд. № 302, 36,7 м² по адресу г. Донецк, ул. Челюскинцев, д. 198а,) оснащенной комплектом учебной мебели на 30 посадочных мест, комплектом рабочего места преподавателя, магнитной доской, 1 мультимедийным комплектом (проектор + ноутбук.) с выходом в интернет, стендами.

Самостоятельная работа студента проходит в библиотеке университета, библиотека укомплектована учебной мебелью на 401 посадочное место, (3 035,5 м.кв),. расположена по адресу г. Донецк, проспект Гурова д.6, в читальном зале № 4 периодической литературы ауд. 19, читальный зал укомплектован учебной мебелью на 31 посадочное место (189,5 кв. м), расположен по адресу г. Донецк, ул. Университетская,24), в зале электронной информации ауд. 104а (122,9 кв.м.), зал укомплектован учебной мебелью на 40 посадочных мест, расположен по адресу г. Донецк, проспект Гурова д.6), абонементами научной и учебной литературы (176,5 кв. м. и 543,7 кв.м. соответственно на 4 и 6 посадочных места расположенных по адресу г. Донецк, проспект Гурова д.6, ауд.104, ауд. 107), в методическом кабинете учетно-финансового факультета (ауд. 105 укомплектованной учебной мебелью на 35 посадочных мест, оснащенного 4 компьютерами).

В кабинетах кафедры коммерции и таможенного дела (№№508,511,535 по адресу г. Донецк, ул. Челюскинцев 198а) предоставляются индивидуальные и групповые консультации студентам для проведения самостоятельной работы. Кабинет кафедры № 508 укомплектован учебной мебелью на 5 посадочных мест, оснащен компьютером, принтером. Кабинет кафедры № 511 укомплектован учебной мебелью на 5 посадочных мест, оснащен компьютером. Кабинет кафедры № 535 укомплектован учебной мебелью на 4 посадочных места, оснащен 1 компьютером, принтером. Кабинеты кафедры расположены по адресу г. Донецк, ул. Челюскинцев 198а.

13. Рекомендованная литература

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
Основная литература			
1.	Колесник В.В. Конъюнктура рынков товаров и услуг [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для студентов направления подготовки 38.04.06 Торговое дело (магистерская программа: Торговое дело) / В.В. Колесник – Донецк: ДонНУ, 2019. – Электронные данные (1 файл).	-	+
Дополнительная литература			
2.	Зуб, А. Т. Принятие управленческих решений. Теория и практика : учеб. пособ. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Менеджмент" и "Гос. упр." / А. Т. Зуб. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2010. - 397 с.	2	-
3.	Рой, Л. В. Анализ отраслевых рынков : учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям / Л. В. Рой, В. П. Третьяк ; Моск.	1	-

	гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Экон. фак. - Москва : ИНФРА-М, 2015. - 440, [1] с.		
4.	Маркетинг товаров и услуг [Электронный ресурс] : интерактивный учебный курс / Изд. дом Равновесие. - М. : Равновесие, 2011. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).		+
5.	Организация внутренней и внешней торговли [Текст] : учеб. для студентов вузов / О. Б. Чернега, И. Х. Баширов, Е. Б. Новик ; Донецкий нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. - Донецк : Юго-Восток, 2009. - 362 с. : ил.	3	

14. Информационные ресурсы

1. Полные справочники по законодательству Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант плюс – <http://www.consultant.ru>.
2. Официальный сайт ДНР. – Режим доступа: <http://dnr-online.ru>.
3. Официальный сайт МИД ДНР. – Режим доступа: <http://mid-dnr.com>.
4. ДНР-Колсалтинг. – Режим доступа: <http://dnr-consulting.at.ua>.
5. Министерство доходов и сборов ДНР. – Режим доступа: <http://mdsdnr.info>.
6. Министерство экономического развития ДНР. – Режим доступа: <http://mer.govdnr.ru>.
7. Главное управление статистики ДНР. – Режим доступа: <http://glavstat.govdnr.ru>.
8. Министерство финансов Российской Федерации. – Режим доступа: <http://minfin.ru/ru>.
9. Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – М.: Изд-во Московского гос. ун-та [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://library.donnu.ru/catalog/>.
10. Вестник Донецкого национального университета [Текст]: научный журнал. Серия В. Экономика и право [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://donnu.ru/science/journals>
11. Методический кабинет факультета.
12. Научная библиотека ДонНУ. – Режим доступа: <http://library.donnu.ru>.

15. Программное обеспечение

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614).
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919).
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений).
4. Adobe Acrobat Reader, xPDF, R Studio, Scilab (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры коммерции и таможенного дела с изменениями (без изменений) на 201__ год.

Протокол № ____ от _____.20__ г.

Зав. кафедрой

О. Н. Головинов

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры коммерции и таможенного дела с изменениями (без изменений) на 202__ год.

Протокол № ____ от ____ . ____ .20 ____ г.

Зав. кафедрой

О. Н. Головинов