

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебалина Татьяна Григорьевна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 18.09.2023 12:36:27

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a16e496f

Методические указания

по организации самостоятельной работы обучающихся
по дисциплине «Управление продажами»
для студентов направления подготовки
38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль):
Управление бизнесом

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Пятигорск
2021

СОДЕРЖАНИЕ**с.**

1	Введение	4
2	Общая характеристика самостоятельной работы	5
3	План-график выполнения самостоятельной работы	5
4	Контрольные точки и виды отчетности по ним	6
5	Методические указания по изучению теоретического материала	6
6	Методические указания по подготовке к зачету	12
7	Список рекомендуемой литературы	14

ВВЕДЕНИЕ

Программа дисциплины «Управление продажами» предназначена для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Цель изучения тем пособия в рамках дисциплины - сформировать теоретические знания и получить практические навыки решения задач в области управления продажами современного предприятия.

Основные задачи:

сформировать понимание концепции управления продажами с позиции различных подходов;

освоить сущность построения и управления распределительной системы предприятия: понятие и виды каналов сбыта, условия выбора определенных каналов сбыта, характеристика посредников, их мотивация и контроль деятельности;

изучить основы функционирования отдела продаж на предприятии: принципы организационного построения и этапы процесса управления»;

рассмотреть основные этапы процесса продажи и определить особенности их реализации;

освоить на примере практического материала методики решения задач в области управления продажами.

2. Общая характеристика самостоятельной работы

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения. В связи с этим, обучение в ВУЗе включает в себя две, практически одинаковые по объему и взаимовлиянию части – процесса обучения и процесса самообучения. Поэтому СРС должна стать эффективной и целенаправленной работой студента.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных способностей и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной финансовой ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения через участие студентов в практических занятиях, выполнение контрольных заданий и тестов, написание курсовых и выпускных квалификационных работ. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Ведущая цель организации и осуществления СРС должна совпадать с целью обучения студента – подготовкой специалиста и бакалавра с высшим образованием. При организации СРС важным и необходимым условием становится формирование умения самостоятельной работы для приобретения знаний, навыков и возможности организации учебной и научной деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов разнообразны. В соответствии с рабочей программой дисциплины «УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ» предусмотрены следующие виды самостоятельной работы студента:

- самостоятельное изучение литературы;
- самостоятельная подготовка контрольной работы;

Цель самостоятельного изучения литературы – самостоятельное овладение знаниями, опытом исследовательской деятельности.

Задачами самостоятельного изучения литературы являются:

- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов.

Цель самостоятельной подготовки контрольной работы – самостоятельное изучение вопросов, приобретение опыта исследовательской деятельности, структурирование знаний и краткое их изложение.

Задачами самостоятельного изучения литературы являются:

- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать дополнительные источники информации;
- развитие умений к краткому изложению предложенной темы;

Формируемые компетенции:

Индекс	Формулировка:
ПК-7	Способен участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений продуктов, услуг и технологий; продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий; управления проектами; консалтинга; стратегического и тактического планирования и организации производства

3. План-график выполнения самостоятельной работы

Коды реализуемых компетенций	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе (астр.)		
				СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
8 семестр						
ПК-7	Самостоятельно изучение литературы по темам 1-5	конспект	собеседование	27,0	3,0	30

ПК-7	Подготовка к круглому столу	конспект	собеседование	4,5	0,5	5
ПК-7	Подготовка реферата	Текст реферата	собеседование	4,5	0,5	5
ПК-7	Подготовка к тестированию	Тест	Тестирование	4,5	0,5	5
Итого за 8 семестр				40,5	4,5	45,0

4. Контрольные точки и виды отчетности по ним

№ п/п	Вид деятельности студентов	Сроки выполнения	Количество баллов
	Собеседование по темам 1-2	8 неделя	30
	Собеседование по темам 3-5	12 неделя	25
	Итого за 8 семестр		55
	Итого		55

5. Методические указания по изучению теоретического материала

Самостоятельная работа студента начинается с внимательного ознакомления с содержанием учебного курса.

Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Вопросы темы как бы накладываются на соответствующую главу избранного учебника или учебного пособия. В итоге должно быть ясным, какие вопросы темы учебного курса и с какой глубиной раскрыты в конкретном учебном материале, а какие вообще опущены. Требуется творческое отношение и к самому содержанию дисциплины.

Вопросы, составляющие ее содержание, обладают разной степенью важности. Есть вопросы, выполняющие функцию логической связки содержания темы и всего курса, имеются вопросы описательного или разъяснительного характера, а также исторического экскурса в область изучаемой дисциплины. Все эти вопросы не составляют сути понятийного, концептуального содержания темы, но необходимы для целостного восприятия изучаемых проблем.

Изучаемая дисциплина имеет свой категориально-понятийный аппарат. Научные понятия — это та база, на которой строится каждая наука. Понятия — узловые, опорные пункты как научного, так и учебного познания, логические ступени движения в учебе от простого к сложному, от явления к сущности. Без ясного понимания понятий учеба крайне затрудняется, а содержание приобретенных знаний становится тусклым, расплывчатым.

Студент должен понимать, что самостоятельное овладение знаниями является главным, определяющим. Высшая школа создает для этого необходимые условия, помогает будущему высококвалифицированному специалисту овладеть технологией самостоятельного производства знаний.

В самостоятельной работе студентам приходится использовать литературу различных видов: первоисточники, монографии, научные сборники, хрестоматии, учебники, учебные пособия, журналы и др. Изучение курса предполагает знакомство студентов с большим объемом научной и учебной литературы, что, в свою очередь, порождает необходимость выработки у них рационально-критического подхода к изучаемым источникам.

Чтобы не «утонуть» в огромном объеме рекомендованных ему для изучения источников, студент, прежде всего, должен научиться правильно их читать. Правильное чтение рекомендованных источников предполагает следование нескольким несложным, но

весьма полезным правилам.

Предварительный просмотр книги включает ознакомление с титульным листом книги, аннотацией, предисловием, оглавлением. При ознакомлении с оглавлением необходимо выделить разделы, главы, параграфы, представляющие для вас интерес, бегло их просмотреть, найти места, относящиеся к теме (абзацы, страницы, параграфы), и познакомиться с ними в общих чертах.

Научные издания сопровождаются различными вспомогательными материалами — научным аппаратом, поэтому важно знать, из каких основных элементов он состоит, каковы его функции.

Знакомство с книгой лучше всего начинать с изучения аннотации — краткой характеристики книги, раскрывающей ее содержание, идеиную, тематическую и жанровую направленность, сведения об авторе, назначение и другие особенности. Аннотация помогает составить предварительное мнение о книге.

Глубже понять содержание книги позволяют вступительная статья, в которой дается оценка содержания книги, затрагиваемой в ней проблематики, содержится информация о жизненной и творческой биографии автора, высказываются полемические замечания, разъясняются отдельные положения книги, даются комментарии и т.д. Вот почему знакомство с вступительной статьей представляется очень важным: оно помогает студенту сориентироваться в тексте работы, обратить внимание на ее наиболее ценные и важные разделы.

Той же цели содействует знакомство с оглавлением, предисловием, послесловием. Весьма полезными элементами научного аппарата являются сноски, комментарии, таблицы, графики, списки литературы. Они не только иллюстрируют отдельные положения книги или статьи, но и сами по себе являются дополнительным источником информации для читателя.

Если читателя заинтересовала какая-то высказанная автором мысль, не нашедшая подробного освещения в данном источнике, он может обратиться к тексту источника, упоминаемого в сноске, либо к источнику, который он может найти в списке литературы, рекомендованной автором для самостоятельного изучения.

Существует несколько форм ведения записей:

— план (простой и развернутый) — наиболее краткая форма записи прочитанного, представляющая собой перечень вопросов, рассматриваемых в книге или статье.

Развернутый план представляет собой более подробную запись прочитанного, с детализацией отдельных положений и выводов, с выпиской цитат, статистических данных и т.д. Развернутый план — неоценимый помощник при выступлении с докладом на конкретную тему на семинаре, конференции;

— тезисы — кратко сформулированные положения, основные положения книги, статьи. Как правило, тезисы составляются после предварительного знакомства с текстом источника, при его повторном прочтении. Они помогают запомнить и систематизировать информацию.

Составление конспектов

Большую роль в усвоении и повторении пройденного материала играет хороший конспект, содержащий основные идеи прочитанного в учебнике и услышанного в лекции. Конспект — это, по существу, набросок, развернутый план связного рассказа по основным вопросам темы.

В какой-то мере конспект рассчитан (в зависимости от индивидуальных особенностей студента) не только на интеллектуальную и эмоциональную, но и на зрительную память, причем текст конспекта нередко ассоциируется еще и с текстом учебника или записью лекции. Поэтому легче запоминается содержание конспектов, написанных разборчиво, с подчеркиванием или выделением разрядкой ключевых слов и фраз.

Самостоятельно изученные темы представляются преподавателю в форме конспекта, по которому происходит собеседование. Теоретические темы курса (отдельные вопросы), выносимые на самостоятельное изучение, представлены ниже.

Выполнение реферата

Итоговый продукт самостоятельной работы: текст реферата.

Средства и технологии оценки: собеседование, доклад.

Реферат – первая ступень на пути освоения навыков проведения научно-исследовательской работы. Реферат является необходимым элементом самостоятельной работы студентов. Прежде чем проводить собственное экспериментальное исследование, необходимо сориентироваться в проблеме и ознакомиться с опубликованными научными данными. Для этого и служит реферат, так как эта работа с источниками информации по анализу, сравнению и обобщению данных, полученными другими исследователями по выбранной теме

Важно, что в процессе написания реферата формируется собственный взгляд на проблему.

Реферат акцентирует внимание на новых сведениях и определяет целесообразность обращения к данной теме. Работа должна быть посвящена углубленному анализу одной из изучаемых тем, причем важно обратить внимание на прикладной аспект выбранной тематики, то есть теоретический материал необходимо подкреплять экспериментальными данными, практическими ситуациями, примерами.

Для написания реферата необходимо использовать материал одного - двух учебников, двух - трех монографий, двух - пяти периодических изданий (журналов, газет). В целом для подготовки реферата должно быть использовано не менее пяти литературных источников.

Содержание реферата ни в коем случае не должно воспроизводить или повторять содержание соответствующей лекции или глав учебника, а должно являться их продолжением и развитием. Выбирая тему реферата, исходите из своих личных научных интересов и потребностей, а также из реальных возможностей найти и изучить соответствующую литературу. Поощряются творчество в выборе темы реферата и самостоятельный поиск соответствующей литературы, при этом все же выбранная тема по содержанию не должна выходить за рамки учебного курса. Рефераты по иной тематике не засчитываются.

Реферат предоставляется на практическом занятии в распечатанном виде и прилагается электронная копия в удобном варианте (информация присыпается на почту преподавателю, либо на DVD диске).

Критерии оценивания: Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические

компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

Основанием для снижением оценки являются:

- слабое знание темы и основной терминологии; пассивность участия в групповой работе;
- отсутствие умения применить теоретические знания для решения практических задач;
- несвоевременность предоставления выполненных работ. Текущая аттестация проводится в форме собеседования.

Примерная тематика рефератов

1. Управление продажами потребительских товаров.
2. Управление продажами товаров производственного назначения.
3. Управление продажами в каналах распределения товаров.
4. Управление продажами товаров в потребительском обществе.
5. Управление продажами в немагазинной торговле.
6. Управление розничной торговлей услугами.
7. Использование внутреннего маркетинга в управлении продажами.
8. Управление продажами на нерастущих рынках.
9. Фирменная розничная торговля и направления ее развития.
10. Эффективность продаж товаров и услуг и направления ее повышения.
11. Организация розничной продажи товаров.
12. Организация оптовой продажи товаров.
13. Компетентностный подход к организации продаж
14. Организация деятельности торгового персонала.
15. Эффективное управление торговым персоналом.
16. Оплата и стимулирование труда торговых работников.
17. Мотивация эффективных продаж: оценка состояния и направления совершенствования.
18. Оценка работы торгового персонала.
19. Формирование и развитие интеллектуального потенциала торгового персонала.
20. Формирование нематериальных стимулов в работе розничного торгового предприятия.
21. Организационная культура и этика поведения торгового персонала.
22. Разработка стратегии деятельности предприятия торговли.
23. Методологические основы выбора стратегии развития предприятия.
24. Разработка стратегии розничных продаж.
25. Разработка стратегии оптовых продаж.
26. Ассортиментная стратегия предприятия торговли.
27. Сбытовая стратегия предприятия торговли.
28. Товарная стратегия предприятия торговли.
29. Тактическое планирование продаж.
30. Методологические основы планирования продаж.
31. Методология прогнозирования продаж товаров и услуг.
32. Прогнозирование объемов продаж
33. Разработка бюджета продаж предприятия.
34. Формирование торгового ассортимента.
35. Формирование ассортиментной политики предприятия.
36. Управление стимулированием продаж.
37. Направления увеличения рентабельности продаж товаров.
38. Формы и методы торгового обслуживания.

39. Управление качеством торгового обслуживания покупателей.
40. Управление послепродажным обслуживанием.
41. Управление поведением покупателей.
42. Поведение потребителей на рынке и их стимулирование.
43. Управление взаимоотношениями с покупателями.
44. Удовлетворенность потребителей и направления ее повышения.
45. Лояльность потребителей и направления ее обеспечения.
46. Разработка программы лояльности покупателей.
47. Клиентоориентированность предприятия и направления ее усиления.
48. Управление ассортиментом товаров на предприятии.
49. Управление ценообразованием на предприятии торговли.
50. Мерчандайзинг предприятия розничной торговли.
51. Мерчандайзинг как инструмент управления продажами.
52. Маркетинговое обоснование месторасположения розничного торгового предприятия.
53. Дизайн магазина: оценка и направления совершенствования.
54. Планирование дизайна розничного предприятия.
55. Атмосфера магазина: оценка и направления совершенствования.
56. Формирование и оценка имиджа предприятия.
57. Эффективность наглядного оформления товара.
58. Управление технической оснащенностью магазина.
59. Выкладка товаров как инструмент управления продажами.
60. Исследовательские инструменты эффективных продаж.
61. Использование информационных технологий продаж.
62. Автоматизация розничной торговли.
63. Автоматизация на рынке оптовой торговли.
64. Автоматизация торговой сети.
65. Автоматизация программ лояльности на основе CRM-технологий.
66. Аудит и контроль продаж товаров
67. Состояние и перспективы развития электронной торговли.
68. Системный подход к организации и управлению продажами в оптово-розничных компаниях
69. Риск-менеджмент в деятельности предприятия торговли.
70. Оценка и анализ маркетинговых рисков предприятия.
71. Управление инвестициями на предприятии торговли
72. Информационное обеспечение эффективных продаж.
73. Аналитическая отчетность как инструмент управления продажами
74. Управление информацией о продажах с помощью майнд-менеджмента
75. Инструменты антикризисных продаж и технологии выхода из кризиса.

Самостоятельное изучение материала

Тема самостоятельного изучения № 1

«Теоретические аспекты управления продажами»

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы,

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

1. Понятийный аппарат дисциплины
2. Подходы различных авторов к управление продажами

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации
(№ источника)

Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1, 2	1,2	1,2	1-7

Тема самостоятельного изучения № 2
«Сегментация»

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы,

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

1. Сегментация
2. Методы сегментирования рынка
3. Выбор сегмента для сбыта
4. Определение целевого сегмента

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1, 2	1,2	1,2	1-7

Тема самостоятельного изучения № 3
«Формирование каналов сбыта»

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы,

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

1. Формирование каналов распределения
2. Классификация торговых предприятий
3. Мотивация участников канала распределения
4. Контроль и оценка эффективности каналов распределения
5. Построение отдела продаж
6. Мотивация сотрудников отдела продаж
7. Контроль деятельности отдела продаж

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1, 2	1,2	1,2	1-7

Тема самостоятельного изучения № 4
«Управление отделом продаж на предприятии»

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы,

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

1. Планирование продаж
2. Построение отдела продаж
3. Мотивация сотрудников отдела продаж
4. Контроль деятельности отдела продаж

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1, 2	1,2	1,2	1-7

Тема самостоятельного изучения № 5
«Управление деятельностью торгового персонала»

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы,

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

1. Поиск потенциальных клиентов
2. Организация презентации товара
3. Организация процесса делового общения
4. Организация работы с возражениями

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1, 2	1,2	1,2	1-7

6. Методические указания по подготовке к зачету

Процедура зачета как отдельное контрольное мероприятие не проводится, оценивание знаний обучающегося происходит по результатам текущего контроля.

Зачет выставляется по результатам работы в семестре.

ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ
 по дисциплине Управление продажами
Базовый уровень

1. Дайте определение и раскройте понятие Целевой сегмент
2. Основные принципы поиска клиентов
3. Дайте определение и раскройте понятие Управление продажами Дайте преодоление и раскройте понятие Универсальные магазины Дайте определение и раскройте понятие Тип рынка B2C
4. Дайте определение и раскройте понятие Тип рынка B2B
5. Организация презентации товара
6. Дайте определение и раскройте понятие Супермаркет
7. Дайте определение и раскройте понятие Стимулирование сбыта
8. Дайте определение и раскройте понятие Специализированные магазины Инструменты нематериальной мотивации сотрудников отдела
9. Дайте определение и раскройте понятие Смешанный канал сбыта
10. Дайте определение и раскройте понятие Сегментация рынка
11. Дайте определение и раскройте понятие Сегмент рынка Дайте определение и раскройте понятие Реклама
12. Дайте определение и раскройте понятие Прямой канал сбыта Дайте определение и раскройте понятие Посредник
13. Дайте определение и раскройте понятие Презентация Формирование каналов распределения
14. Дайте определение и раскройте понятие Планирование продаж Дайте определение и раскройте понятие Магазин у дома
15. Дайте определение и раскройте понятие Магазины с индивидуальным обслуживанием покупателей
16. Дайте определение и раскройте понятие Магазины самообслуживания
17. Дайте определение и раскройте понятие Магазины «Бутики»
18. Дайте определение и раскройте понятие Магазины «Кэш энд кэрри» Подходы к формированию системы мотивации сотрудников отдела продаж
19. Дайте определение и раскройте понятие Магазины с комбинированным ассортиментом товаров

20. Дайте определение и раскройте понятие Косвенный канал сбыта Дайте определение и раскройте понятие Консигнатор
21. Дайте определение и раскройте понятие Комиссионные магазины

Повышенный уровень

1. Типы возражений в продажах
2. Организация работы с возражениями
3. Зональные пространства при ведении деловых переговоров
4. Приведите Перечень убеждающих слов
5. Организация процесса делового общения
6. Поиск потенциальных клиентов
7. Управление деятельностью торгового персонала
8. Направления контроля деятельности отдела продаж
9. Дайте определение и раскройте понятие Коммивояжер
10. Дайте определение и раскройте понятие Канал сбыта
11. Дайте определение и раскройте понятие Дистрибутор
12. Дайте определение и раскройте понятие Дискаунтер
13. Виды контроля деятельности отдела продаж
14. Контроль деятельности отдела продаж
15. Инструменты материальной мотивации сотрудников отдела продаж
16. Мотивация сотрудников отдела продаж
17. Построение отдела продаж
18. Основные направления планирования продаж
19. Правление отделом продаж на предприятии
20. Планирование продаж
21. Опишите Матрицу оценки посредников
22. Контроль и оценка эффективности каналов распределения
23. Вариация инструментов стимулирования сбыта в зависимости от объекта
24. Мотивация участников канала распределения
25. Методы выбора посредников
26. Критерии выбора посредников
27. Классификация торговых предприятий
28. Типы посредников и их характеристика
29. Формы прямого канала сбыта
30. Критерии сегментации рынков B2B и B2C.
31. Сегментация рынка. Определение целевого сегмента
32. Процесс управления каналами сбыта
33. Формирование и управление каналами сбыта на основе сегментированного подхода
34. Дайте определение и раскройте понятие Дилер
35. Дайте определение и раскройте понятие Джоббер
36. Дайте определение и раскройте понятие Гипермаркет
37. Дайте определение и раскройте понятие Агент
38. Дайте определение и раскройте понятие - Брокер

7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами : учебное пособие для вузов / Д. Джоббер, Дж. Ланкастер. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 621 с. — ISBN 5-238-00465-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81832.html> (дата обращения: 21.10.2019). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Дополнительная литература:

1. Кондрашов, В. М. Управление продажами : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301) / В. М. Кондрашов ; под редакцией В. Я. Горфинкеля. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — ISBN 978-5-238-01259-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81577.html> (дата обращения: 21.10.2019). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Лукич, Р. М Управление продажами / Р. М Лукич. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 216 с. — ISBN 978-5-9614-2243-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/68019.html> (дата обращения: 21.10.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Интернет-ресурсы:

- 1 <http://www.rbk.ru> (Сайт информационно-аналитической компании «РосБизнесКонсалтинг»).
- 2 <http://www.edu.ru> (Сайт федерального портала «Российское образование»).
- 3 <http://www.eup.ru> - научно-образовательный портал «Экономика и управление на предприятиях»
- 4 <http://www.aup.ru> - административно-управленческий портал
- 5 <http://eor.edu.ru> «Сайт федерального центра информационных образовательных ресурсов»
- 6 <http://www.iprbookshop.ru> (Электронная библиотечная система)
- 7 <http://biblioclub.ru> (Электронная библиотечная система)