

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Фурсов Владимир Алексеевич

Должность: И.о. директора Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего
федерального университета

Дата подписания: 08.06.2026 14:57:30

Уникальный программный ключ:

1c378726a41fd0143ae5bccc8ba81860b00daa62

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ
Колледж Пятигорского института (филиал) СКФУ

Методические указания для самостоятельной работы

**ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с
клиентами**

**МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с
клиентами**

Специальность	38.02.08	Торговое дело
Форма обучения		Очная
Квалификация		Специалист торгового дела

Методические указания для самостоятельной работы по МДК.03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами составлены в соответствии с требованиями ФГОС СПО к подготовке выпуска для получения квалификации Специалист по продажам. Предназначены для студентов, обучающихся по специальности: 38.02.08 Торговое дело.

Пояснительная записка

Данные методические указания предназначены для закрепления теоретических знаний и приобретения необходимых практических навыков и умений по программе МДК.03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами составлены в соответствии с требованиями ФГОС СПО к подготовке выпуска для получения квалификации Специалист по продажам. Предназначены для студентов, обучающихся по специальности: 38.02.08 Торговое дело.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение основными знаниями умениями и навыками в соответствии с требованиями ФГОС .

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях;
- поиска и выявления потенциальных клиентов;
- формирования и актуализации клиентской базы;
- проведения мониторинга деятельности конкурентов;
- определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией;
- формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами;
- информирования клиентов о потребительских свойствах товаров;
- стимулирования клиентов на заключение сделки;
- взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров;
- закрытия сделок;
- соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;
- использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи;
- сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;
- мониторинг и контроль выполнения условий договоров;
- анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;
- выполнения запланированных показателей по объему продаж;
- разработки программ по повышению лояльности клиентов;
- разработки мероприятий по стимулированию продаж;
- информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;
- участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров;
- стимулирования клиентов на заключение сделки;
- контроля состояния товарных запасов;
- анализа выполнения плана продаж;
- информационно-справочного консультирования клиентов;
- контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;
- обеспечения соблюдения стандартов организации.

уметь:

- работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;
- вести и актуализировать базу данных клиентов;

- формировать отчетную документацию по клиентской базе;
- анализировать деятельность конкурентов;
- определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
- планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;
- вести реестр реквизитов клиентов;
- использовать программные продукты;
- планировать объемы собственных продаж;
- устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;
- использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;
- формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;
- планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;
- использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;
- предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;
- опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
- работать с возражениями клиента;
- применять техники по закрытию сделки;
- суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту;
- фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;
- обеспечивать конфиденциальность полученной информации;
- анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий;
- оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;
- подготавливать документацию для формирования заказа;
- осуществлять мероприятия по размещению заказа;
- следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;
- принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;
- осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;
- оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;
- осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;
- организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;
- соблюдать конфиденциальность информации;
- предоставлять клиенту достоверную информацию;
- корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;
- соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;
- обеспечивать баланс интересов клиента и организации;
- обеспечивать соблюдение требований охраны;
- разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;
- собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;
- планировать работу по выполнению плана продаж;

- анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;
- анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;
- анализировать возможности увеличения объемов продаж;
- планировать и контролировать поступление денежных средств;
- обеспечивать наличие демонстрационной продукции;
- применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;
- планировать рабочее время для выполнения плана продаж;
- планировать объемы собственных продаж;
- оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;
- разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;
- разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;
- анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;
- анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;
- анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;
- вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;
- вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;
- анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;
- обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;
- анализировать оборачиваемость складских остатков;
- составлять отчетную документацию по продажам;
- разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;
- инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;
- инициативно вести диалог с клиентом;
- резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;
- определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
- разрабатывать рекомендации для клиента;
- собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
- анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;
- проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;
- вести деловую переписку с клиентами и партнерами.

знать:

- методики выявления потребностей клиентов;
- методики выявления потребностей;
- технику продаж;
- методики проведения презентаций;
- потребительские свойства товаров;
- требования и стандарты производителя;
- принципы и порядок ведения претензионной работы;
- ассортимент товаров;
- стандарты организации;

- стандарты менеджмента качества;
- гарантийную политику организации;
- специализированные программные продукты;
- методики позиционирования продукции организации на рынке;
- методы сегментирования рынка;
- методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции;
- инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;
- Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;
- Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания;
- Основы организации послепродажного обслуживания.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого студента и определяется учебным планом. Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия: готовность студентов к самостоятельному труду; наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала; консультационная помощь.

План-график выполнения СРС

№	Наименование разделов и тем дисциплины, их краткое содержание; вид самостоятельной работы	Форма контроля	Зачетные единицы (часы)
Раздел 1. Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами			
1	Тема 1.1. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM). Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России Формирование клиентской базы. Вид самостоятельной работы: Самостоятельное изучение литературы.	Собеседование	2
2	Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине. Вид самостоятельной работы: Самостоятельное изучение литературы.	Собеседование	2
3	Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, основные концепции представления товаров, специальная выкладка, ее виды, рекомендации по выкладке отдельных видов товаров. Применение интернет вещей при организации точки продаж. Вид самостоятельной работы: Самостоятельное изучение литературы	Собеседование	2
4	Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы Методика построения планограммы. Правила оформления ценников Вид самостоятельной работы: Самостоятельное изучение литературы	Собеседование	2
5	Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning), планирование «Цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like» Вид самостоятельной работы: Самостоятельное изучение литературы	Собеседование	2
6	Тема 1.3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров	Собеседование	2

	Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой.		
7	Тема1.3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров Методики подготовки и проведения презентаций потребительских товаров Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
8	Тема1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи и выкупа товаров и соблюдения стандартов организации Продажа дополнительных услуг торгового предприятия Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
9	Тема1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи и выкупа товаров и соблюдения стандартов организации Продажа дополнительных услуг торгового предприятия Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой.	Собеседование	2
10	Тема1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи и выкупа товаров и соблюдения стандартов организации Оказание содействия клиентам в процессе продажи Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
11	Тема1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи и выкупа товаров и соблюдения стандартов организации Урегулирование спорных вопросов, претензий при продаже товаров Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
12	Тема1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи и выкупа товаров и соблюдения стандартов организации Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
13	Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса Анализ тенденций развития рынка ассортимента торгового предприятия Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
14	Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	Собеседование	2

	Анализ установленного плана продаж и разработка мероприятий по его реализации Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой		
15	Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
16	Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
Раздел 2. Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами			
17	Тема 2.1. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC) Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
18	Тема 2.1. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC) Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
19	Тема 2.3. Организация послепродажного обслуживания, консультационно- информационное сопровождение клиентов Разработка плана послепродажного обслуживания клиента Практическое занятие Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
20	Тема 2.3. Организация послепродажного обслуживания, консультационно- информационное сопровождение клиентов Установление контактов с клиентом для сбора информации об уровне удовлетворенности качеством предоставления услуг Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
21	Тема 2.6. Технологические планировки предприятий торговли. Виды торговых зданий. Технологические планировки предприятий торговли. Виды торговых зданий. Состав и взаимосвязь помещений магазина.	Собеседование	2

	Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой		
22	Тема 2.6. Технологические планировки предприятий торговли. Виды торговых зданий. Устройство и планировка торгового зала и помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
23	Тема 2.7. Технология снабжения и завоза товаров в розничные торговые организации. Рациональная организация закупки. Методы и маршруты доставки товаров. Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
24	Тема 2.8. Технология хранения, подготовки товаров к продаже, размещения и выкладки Подготовка товаров к продаже. Основные операции по товарной обработке товаров — это количественная и качественная приемка, распаковка, сортировка по видам и сортам, проверка упаковки, маркировки, очистка товаров от пыли и грязи, фасовка, придание им товарного вида, составление ценников. Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
25	Тема 2.9. Размещение и выкладка товаров предприятий розничной торговой сети Размещение и выкладка товаров предприятий розничной торговой сети. Выкладка товаров, приемы выкладки товаров: навалом; штабелем; стопками, расположенными в ряд. Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
26	Тема 2.10. Современные направления развития и размещение предприятий торговой розничной сети. Размещение розничной торговой сети в городах. Факторы, необходимые учитывать при размещении Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
Раздел 3 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами			
27	Тема 3.1. Качество торгового обслуживания. Определение качества торгового обслуживания. «Культура торговли», «культура обслуживания», «уровень обслуживания». Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
28	Тема 3.4. Правила продажи косметических товаров и изделий из драгоценных металлов. Правила продажи косметических товаров и изделий из драгоценных металлов. Продажа ювелирных и других изделий из драгоценных металлов, произведенных в Российской Федерации, ввезенных на ее территорию, подлежащих клеймению в порядке, установленном	Собеседование	2

	законодательством Российской Федерации, осуществляется только при наличии на этих изделиях оттисков государственных пробирных клейм, а также оттисков именников (для изделий отечественного производства). Особенности продажи парфюмерно-косметических товаров. Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой		
29	Тема 3.5 Правила продажи лекарственных препаратов и товаров бытовой химии. Правила продажи лекарственных препаратов и товаров бытовой химии. Особенности продажи лекарственных препаратов и медицинских изделий. Особенности продажи товаров бытовой химии. Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
30	Тема 3.8. Порядок отпуска лекарственных средств. Порядок отпуска лекарственных средств. Порядок отпуска физическим лицам лекарственных препаратов для медицинского применения, содержащих кроме малых количеств наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров другие фармакологические активные вещества Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
31	Тема 3.11. Правила продажи дистанционным способом Порядок продажи товаров дистанционным способом, регулируют отношения между покупателем и продавцом при продаже товаров дистанционным способом и оказании в связи с такой продажей услуг. Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
32	Тема 3.18. Устройство складов 1. Устройство и основы проектирования складов. 2. Устройство специальных складов. Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	1
Раздел 4. Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами			
33	Тема 4.1. Хозяйствующие субъекты коммерческой деятельности Факторинговые и инжиниринговые компании, особенности их функционирования Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
34	Тема 4.8. Коммерческие инновации. Коммерческие инновации. Роль нововведений в коммерческой деятельности в обновлении основных фондов. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности предприятия. Инвестиции в коммерческие инновации Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2

35	Тема 4.9. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле Коммерческие действия на оптовом предприятии. Задачи коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий, осуществляющих закупку и сбыт товаров покупателям. Анализ структуры и составных частей коммерческой деятельности в оптовой торговле. Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
36	Тема 4.9. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле. Анализ структуры и составных частей коммерческой деятельности в оптовой торговле Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
37	Тема 4.10 Организация и управление коммерческой деятельностью в оптовой торговле Функции и организационная структура управления оптовым торговым предприятием. Оптовая торговая сеть, ее структура, функции и перспективы развития. Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
38	Тема 4.11. Рынки закупок и сбыта товаров и их исследование Рынки закупок и сбыта товаров и их исследование. Характеристика рынков закупок и сбыта товаров. Методы исследования рынков закупок и сбыта. Спрос и емкость рынков сбыта товаров, как два неотъемлемых фактора развития коммерческой деятельности в оптовой торговле. Изучение конъюнктуры в оптовой торговле товарами. Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
39	Тема 4.11. Рынки закупок и сбыта товаров и их исследование Изучение конъюнктуры в оптовой торговле товарами. Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
40	Тема 4.12. Коммерческие связи в оптовой торговле Коммерческие связи в оптовой торговле. Общая характеристика формирования хозяйственных связей в оптовой торговле. Виды договоров в оптовых торговых организациях по закупкам, хранению и сбыту товаров, их заключение, осуществление и контроль. Типы коллективных предприятий в оптовой торговле. Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
41	Тема 4.13. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок товаров. Стимулирование продвижения товаров из сферы производства в сферу обращения. Товарные запасы, значение и их роль. Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2

42	Тема 4.13. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок товаров. Определение источников закупок, их оценка и выбор поставщиков. Стимулирование продвижения товаров из сферы производства в сферу обращения. Товарные запасы, значение и их роль. Сущность планирования и образования товарных запасов, товарные излишки и дефицит. Оборачиваемость товарных запасов, частота и сроки. Инвентаризация наличных запасов. Вид самостоятельной работы: Работа с дополнительной литературой	Собеседование	2
	Итого		83

Методические указания по подготовке к собеседованию

Собеседование – наиболее распространенный метод контроля знаний учащихся, вариант текущей проверки, процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных возможностей усвоения учащимися учебного материала.

При подготовке к собеседованию студент должен:

1. Предварительно повторить теоретический материал темы (тем) по которой проводится устный опрос.

2. Ознакомиться с заданием, уяснить его фабулу и поставленные вопросы.

3. Продумать логику и последовательность изложения материала. Ответы на поставленные вопросы должны быть аргументированными.

При оценке устных ответов студентов по дисциплине учитываются следующие критерии:

1. Знание основных процессов изучаемой предметной области, глубина и полнота раскрытия вопроса.

2. Владение терминологическим аппаратом и использование его при ответе.

3. Умение объяснить сущность явлений, событий, процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы.

4. Владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме.

Перечень рекомендуемой основной и дополнительной литературы, Интернет-ресурсов, необходимых для освоения профессионального модуля.

Основная литература:

Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная

коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования /

Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. —

(Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>

2. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего

профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк,

В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное

образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>

3. Рамендик, Д. М. Психология делового общения: учебник и практикум для

среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. —

Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). —

ISBN

978-5-534-06312-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. —

URL: <https://urait.ru/bcode/490471>

Дополнительная литература:

1. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г.Иванов.- Москва: КНОРУС, 2022.- 222.с- (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-406-09325-2
2. Парамонова Т.Н. Мерчандайзинг: учебное пособие/Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов.- 5-е изд., стер.-Москва: КНОРУС,2022.-144с. ISBN 978-5-406-08897-5
3. Потребительская лояльность: учебник/коллектив авторов; под ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, И. П. Широченской.- Москва: КНОРУС, 2022.-312с (Аспирантура и Магистратура). ISBN 978- 5-406-09730-4

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система znanium.com
2. «Гарант» – справочно-правовая система - <http://www.park.ru>
3. «Консультант Плюс» - <http://www.consultant.ru>