

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

Институт экономики и предпринимательства

УТВЕРЖДЕНО
решением президиума
Ученого совета ННГУ
им. Н.И. Лобачевского
(протокол от 14 декабря 2021 г. №4)

Рабочая программа дисциплины

«ПСИХОТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ»

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Направление подготовки
38.04.06 «Торговое дело»

Направленность образовательной программы
«Управление торговой и логистической деятельностью»

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Нижний Новгород
2022 год

Лист актуализации

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель президиума Ученого Совета ННГУ

14 декабря 2021 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании президиума Ученого совета ННГУ им. Н.И. Лобачевского

Протокол от 14 декабря 2021 г. № 4

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

_____ 2023 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

_____ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____

1. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.01 «Психотехнологии продажи товаров» относится к части ООП направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело», формируемой участниками образовательных отношений.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>ИД-1_{УК-4} Использует государственный и иностранный (-ые) язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации</p> <p>ИД-2_{УК-4} Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках</p> <p>ИД-3_{УК-4} Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках</p>	<p>Знать основные источники получения профессиональной информации, в том числе, на иностранных языках.</p> <p>Уметь реализовывать на практике оформление письменных сообщений в соответствии с требованиями</p> <p>Владеть навыками краткого письменного изложения сути направлений деятельности</p>	практическое задание, тест
ПК-5 Способен реализовывать функции комплексного маркетинга организации	<p>ИД-1_{ПК-5} Реализует программы разработки новых, в т.ч. инновационных товаров</p> <p>ИД-2_{ПК-5} Реализует ассортиментную политику организации, в т.ч. в сфере торговли</p> <p>ИД-3_{ПК-5} Реализует политику ценообразования организации, в т.ч. в сфере торговли</p> <p>ИД-4_{ПК-5} Осуществляет распределение товаров в организации, в т.ч. в сфере торговли</p> <p>ИД-5_{ПК-5} Реализует стратегию продвижения товаров в организации, в т.ч. в сфере торговли</p>	<p>Уметь: применять функции маркетинга в деятельности предприятия</p> <p>Знать: основные акценты и достижения в области современного управления маркетинговой деятельностью</p> <p>Владеть: навыками использования методов, приемов, инструментария современного маркетинга</p>	практическое задание, тест

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ	3 ЗЕТ	___ ЗЕТ
Часов по учебному плану	108	108	
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):	43	17	
- занятия лекционного типа	14	8	
- занятия семинарского типа	28	8	
(практические занятия / лабораторные работы)			
КСР	1	1	
самостоятельная работа	65	91	
Промежуточная аттестация – зачет	5	5	

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе												Самостоятельная работа обучающегося, часы	
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы													
				из них													
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа	Всего										
Тема 1. Рыночная среда в управлении продажами товаров	34	34		4	2		10	2							20	30	

Тема 2. Психологические аспекты продаж товаров	38	38		6	4		10	4							22	30
Тема 3. Мотивационное стимулирование сбыта товаров	35	35		4	2		8	2							23	31
КСРИФ	1	1					1	1								
Промежуточная аттестация – зачет																
Итого	108	108														

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает выполнение практических заданий.

На проведение практических занятий в форме практической подготовки отводится 4 часа.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП: управление информационно-коммуникационной деятельностью предприятия (организации); анализ, оценка и прогнозирование результатов профессиональной деятельности организации (предприятия), анализ и оценка бизнес-среды организации (предприятия); - подготовка исходных данных для проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность предприятия.

- компетенций

ПК-5. Способен реализовывать функции комплексного маркетинга организации.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках практических занятий и индивидуальных консультаций.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Для контроля знаний, умений и владений на лекционных и практических занятиях возможно использование следующих методов: устный опрос, письменный опрос, практическая проверка знаний, тестирование, кейс-задачи, контрольная работа, самоконтроль и самопроверка, самостоятельная поисковая деятельность. Контроль может осуществляться аудиторно и внеаудиторно.

Контроль, знаний, умений и владений проводится в процессе изучения дисциплины.

Итоговое испытание проводится в форме зачета. В разработанных вопросах к зачету отражены основные составляющие разделов дисциплины.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин.

Цель самостоятельной работы - подготовка и формирование способностей, навыков, умений и владений обучающихся к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию. Самостоятельная работа способствует формированию аналитического и творческого мышления, совершенствует способы организации исследовательской деятельности, воспитывает целеустремленность, системность и последовательность в работе студентов, развивает у них навык завершать начатую работу.

Виды самостоятельной работы студентов:

- работа с основной и дополнительной литературой;
- изучение категориального аппарата дисциплины;
- самостоятельное изучение тем дисциплины;

- подготовка к зачету;
- работа в библиотеке;
- изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет.

Работа с основной и дополнительной литературой.

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к научным монографиям и материалам периодических изданий. Работа с литературой предусматривает конспектирование наиболее актуальных и познавательных материалов. Это не только мобилизует внимание, но и способствует более глубокому осмыслению материала, его лучшему запоминанию, а также позволяет студентам проводить систематизацию и сравнительный анализ изучаемой информации. Таким образом, конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, которая требует от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую литературу для учебной и научной работы, уметь обращаться с предметными каталогами и библиографическим справочником библиотеки.

Изучение категориального аппарата дисциплины.

Изучение и осмысление экономических категорий требует проработки лекционного материала, выполнения практических заданий, изучение словарей, энциклопедий, справочников.

Индивидуальная самостоятельная работа студента направлена на овладение и грамотное применение экономической терминологии в области компьютерного моделирования.

Самостоятельное изучение тем дисциплины.

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем изучаемой дисциплины. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, умений и навыков, всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Изучение вопросов определенной темы направлено на более глубокое усвоение основных категорий экономической теории, понимание экономических процессов, происходящих в обществе, совершенствование навыка анализа теоретического и эмпирического материала.

Подготовка к зачету.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине проходит в виде зачета. Условием успешного прохождения промежуточной аттестации является систематическая работа студента в течение семестра. В этом случае подготовка к зачету является систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

Рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к зачету, а также использовать в процессе обучения программу, другие методические материалы.

Желательно спланировать трехкратный просмотр материала перед зачетом. Во-первых, внимательное чтение с осмыслением, подчеркиванием и составлением краткого плана ответа. Во-вторых, повторная проработка наиболее сложных вопросов. В-третьих, быстрый просмотр материала или планов ответов для его систематизации в памяти.

Самостоятельная работа в библиотеке.

Важным аспектом самостоятельной подготовки студентов является работа с библиотечным фондом.

Это работа предполагает различные варианты повышения профессионального уровня студентов:

- а) получение книг для подробного изучения в течение семестра на научном абонементе;
- б) изучение книг, журналов, газет - в читальном зале;

- в) возможность поиска необходимого материала посредством электронного каталога;
- г) получение необходимых сведений об источниках информации у сотрудников библиотеки.

Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет.

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам. Необходимо помнить об оформлении ссылок на Интернет-источники.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студентов преподавателю целесообразно использовать следующие виды деятельности:

- консультации,
- выдача заданий на самостоятельную работу,
- информационное обеспечение обучения,
- контроль качества самостоятельной работы студентов.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс («Психотехнологии продажи товаров», <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=10194>), созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru/>.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Психотехнологии продажи товаров», включающий:

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине «Психотехнологии продажи товаров»

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минималь-	При решении стандартных	Продемонстрированы	Продемонстрированы все	Продемонстрированы все	Продемонстрированы все	Продемонстрированы все

	ных умений . Невозмож- ность оце- нить наличие умений вследствие отказа обу- чающегося от ответа	задач не про- демонстри- рованы ос- новные уме- ния. Имели место грубые ошибки.	основные умения. Ре- шены типо- вые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в пол- ном объеме.	основные умения. Ре- шены все основные задачи с не- грубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объ- еме, но неко- торые с недо- четами.	основные уме- ния. Решены все основные задачи . Вы- полнены все задания, в пол- ном объеме, но некоторые с недочетами.	основные уме- ния, решены все основные задачи с от- дельными несущест- венным не- дочетами, выполнены все задания в полном объ- еме.	основные умения,. Ре- шены все основные задачи. Вы- полнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозмож- ность оце- нить наличие навыков вследствие отказа обу- чающегося от ответа	При решении стандартных задач не про- демонстри- рованы базо- вые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется ми- нимальный набор навы- ков для ре- шения стан- дартных за- дач с некото- рыми недо- четами	Продемонст- рированы ба- зовые на- выки при решении стандартных задач с неко- торыми недо- четами	Продемонст- рированы ба- зовые навыки при решении стандартных задач без оши- бок и недоче- тов.	Продемонст- рированы навыки при решении нестандарт- ных задач без ошибок и недочетов.	Продемонст- рирован творческий подход к решению нестандарт- ных задач

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка	Уровень подготовки
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

5.2.1 Вопросы для подготовки к зачету

Вопрос	Код компетенции согласно РПД
1. Роль управления продажами в сфере торговли товарами и услугами	УК-4
2. Российский и международный опыт управления продажами	УК-4
3. Значение рыночной среды в управлении продажами	УК-4
4. Понятие и факторы рыночной среды	УК-4
5. Исследование рыночной среды управления продажами	ПК-5
6. Показатели оценки состояния рынка при продаже товаров	ПК-5
7. Основные черты и критерии рыночной среды и их оценка	ПК-5
8. Основные психологические процессы в управлении продажами	ПК-5
9. Классификация ощущений как главного фактора в продажах	УК-4
10. Психологические приемы и методы в управлении продажами	УК-4
11. Правила психологии продаж: виды и их характеристика	УК-4
12. Психологические факторы в управлении продажами	УК-4
13. Психология личности в торговле и продажах	ПК-5
14. Психология общения в торговле и продажах	УК-4
15. Психологические особенности презентации товара	УК-4
16. Организационная культура и этика в продажах товаров	ПК-5
17. Конфликты в процессе продаж	ПК-5
18. Общение и переговоры с покупателями	УК-4
19. Преодоление возражений и отказов покупателей	УК-4
20. Сегментирование и удовлетворение потребителя	ПК-5
21. Позиционирование товара и предприятие на рынке	ПК-5
22. Создание условий и завершение сделки по продаже товаров	ПК-5
23. Влияние маркетинговой коммуникации на поведение потребителей	ПК-5
24. Воздействие рекламных обращений на потребителя	ПК-5
25. Мерчендайзинг как элемент управления продажами	ПК-5
26. Поведение потребителей в интернет-среде	ПК-5
27. Методы маркетинговых исследований поведения потребителей	ПК-5
28. Социальная стратификация в продажах	УК-4
29. Мотивация как функция управления продажами	УК-4
30. Характеристика основных направлений в мотивации продаж	ПК-5
31. Программы мотивации: виды и их характеристика	ПК-5
32. Мотиваторы и регуляторы продаж	ПК-5

5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенций

УК-4

1. Совокупность сил и факторов, которые оказывают влияние на результаты деятельности торгового предприятия – это рыночная ...
- а) ниша
 - б) цепь
 - в) среда
 - г) доля

2. Официальное законодательство относится к такой части макросреды как ...:
- а) технологическая среда
 - б) социокультурная среда
 - в) экономическая среда
 - г) политико-правовая среда
3. Лица, организации, социальные институты, являющиеся покупателями или потребителями продукта предприятия – это такая часть внешней среды как ...:
- а) конкуренты
 - б) клиенты
 - в) союзы
 - г) корпорации
4. Один из видов организационной (маркетинговой) деятельности, направленной на установление и достижение целей продаж, посредством адаптации и гибкого реагирования на изменение условий внешней среды – это управление ...
- а) предприятием
 - б) государством
 - в) продажами
 - г) логистикой
5. Какие ощущения регулируют движение?
- а) проприоцептивные
 - б) интероцептивные
 - в) экстероцептивные
6. Связь между рынком и продажами заканчивается
- а) показателями эффективности продаж
 - б) продажами товарной продукции
 - в) системой управления продажами
 - г) факторами рыночной среды
7. При встрече с клиентом необходимость разгадывания его мыслей возникает в таком приеме как ...:
- а) зрительный контакт
 - б) установление психологического типа клиента
 - в) формирование доверительных отношений
 - г) правильная подача документов и аргументов о товаре (услуге)
- 8.хозяйственный механизм предприятия, направленный на развитие научно-технической и производственно-сбытовой деятельности – это ... среда:
- а) внешняя
 - б) внутренняя
 - в) косвенная
 - г) прямая
9. Связь между рынком и продажами начинается с
- а) показателей эффективности продаж
 - б) продаж товарной продукции
 - в) системы управления продажами
 - г) факторов рыночной среды
10. Условия для развития конкуренции относятся к такой части макросреды как ...:
- а) технологическая среда
 - б) социокультурная среда
 - в) экономическая среда
 - г) политико-правовая среда

ПК-5

1. Динамичность факторов рыночной среды относится к такому критерию оценки рыночной среды как ...
 - а) неопределенность
 - б) стабильность
 - в) сложность
2. Преобразование управления продажами, требующее от предприятия совершенно других инструментов адаптации – это ..
 - а) интегральный способ
 - б) изменение
 - в) приспособление
3. Какая система оплаты труда торговых представителей способствует заключению контракта с максимально благоприятными условиями контракта для продавца?
 - а) фиксированный процент от маржи по контракту
 - б) фиксированная денежная сумма за каждую проданную единицу
 - в) фиксированный процент от объема реализации в момент поступления денег по контракту
 - г) выплата фиксированного процента от базовой заработной платы при выполнении плана по реализации
4. Преобразование управления продажами, достигающееся посредством изменение тех или иных элементов системы управления продажами – это ..
 - а) интегральный способ
 - б) изменение
 - в) приспособление
5. Какая черта рыночной среды означает, что все объекты и процессы среды продаж находятся в постоянном движении?
 - а) турбулентность
 - б) взаимосвязанность
 - в) подвижность
 - г) сложность
6. Возможность создавать новые виды предпринимательской деятельности, вводить новые бизнес-процессы за счет творческого комбинирования навыков и умений – это уровень в конкуренции
 - а) ключевых компетенций
 - б) ключевых продуктов
 - в) готовых продуктов
7. В структуре психики человека характер относится к ...
 - а) психическим процессам
 - б) психическому состоянию
 - в) психическим свойствам
8. Определившийся в данное время относительно устойчивый уровень психической деятельности, проявляющийся в повышенной или пониженной активности личности – это ...
 - а) психическое состояние
 - б) психические свойства
 - в) психические процессы
9. Внимание относится к такому виду психических процессов как
 - а) познавательный
 - б) эмоциональный
 - в) волевой
10. Какая система оплаты труда торговых представителей повышает объемы продаж?
 - а) фиксированный процент от маржи по контракту
 - б) фиксированная денежная сумма за каждую проданную единицу

- в) фиксированный процент от объема реализации в момент поступления денег по контракту
- г) выплата фиксированного процента от базовой заработной платы при выполнении плана по реализации

5.2.3. Типовые практические задания для оценки сформированности компетенций

УК-4

Задание 1. Определите этапы процесса принятия решения о покупке товара, которые могут быть в следующих случаях приобретения:

- канцелярских товаров
- молочных продуктов
- автомобиля.

Задание 2. Отметьте основные принципы и варианты сегментирования (минимум 5 признаков) потребительского рынка для след. товаров

- обувь
- одежды
- игрушки для детей до 3-х лет

ПК-5

Задание 1. Проведенные маркетинговые исследования показывают, что число покупателей предприятия в 2022 году было 750 000 человек, а в 2023 году составит 775 000 человек. Рост цены прогнозируется на 6,35% и составит 1430 руб. В среднем данная марка товара приобретается 3 раза в год. Рассчитать величину изменения рыночного спроса на товар.

Задание 2. Определить размер заработной платы торгового представителя за 1 месяц, если известно, что оклад составляет 20 000 руб., план продаж выполнен и равен 600 000 руб., дебиторская задолженность клиентов сократилась на 50 000 руб., зар. плата торг. представителя состоит из оклада и премии. Премия формируется в виде доплат за выполнение продаж в размере 7 % от объемов продаж и за сокращение дебиторской задолженности – 3% от суммы погашенной задолженности..

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. - 5-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 278 с. — (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-394-03521-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093455>
2. Управление продажами : учебник / под общ. ред. С. В. Земляк. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. — 300 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/2002632>

Дополнительная литература

3. Драганчук, Л. С. Поведение потребителей : учебное пособие / Л.С. Драганчук. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 192 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/2079164>
4. Голова, А. Г. Управление продажами [Электронный ресурс]: учебник / А. Г. Голова. - 3-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 278 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1093501>

5. Наумов, В. Н. Поведение потребителей : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 345 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1933143>
6. Никитина, Л. Л. Психотехнологии продажи товаров : учебное пособие / Л. Л. Никитина, О. Е. Гаврилова. - Казань : КНИТУ, 2020. - 200 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1904530>

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. Операционная система Microsoft Windows
2. Прикладное программное обеспечение Microsoft Office Professional
3. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: компьютер преподавателя с возможностью подключения к сети Интернет, экран для демонстрации и проектор, компьютеры для студентов с возможностью подключения к сети Интернет.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», направленность (профиль) программы бакалавриата «Управление торговой и логистической деятельностью».

Автор:

ст. преподаватель
кафедры торгового дела

Т.Д. Муранова

Рецензент:

зам. генерального директора по инновациям
ООО «Алюминика»

Н.В. Милов

Заведующий кафедрой
торгового дела
д.э.н., профессор

О.В. Чкалова

Программа одобрена решением президиума Ученого совета ННГУ им. Н.И. Лобачевского (протокол от 14 декабря 2021 г. №4)