

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 Ученого совета ННГУ  
им. Н.И. Лобачевского  
(протокол от 30 ноября 2022 г. №13)

**Рабочая программа дисциплины  
«УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ»**

Уровень высшего образования  
Бакалавриат

Направление подготовки  
38.03.06 «Торговое дело»

Направленность образовательной программы  
«Управление торговой и логистической деятельностью»

Форма обучения  
Очная, очно-заочная

Нижегород

2023 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.03 «Управление продажами» 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**	
ПК-3. Способен контролировать профессиональную деятельность работников торговых предприятий	ИД-1 <sub>ПК-3</sub> Изучает и контролирует результаты профессиональной деятельности работников торгового предприятия	31 (ПК-3) Знать показатели оценки результатов профессиональной деятельности работников торгового предприятия У1 (ПК-3) Уметь анализировать результаты профессиональной деятельности работников торгового предприятия В1 (ПК-3) Владеть навыками контроля результатов профессиональной деятельности работников торгового предприятия	<i>Собеседование, тест, доклад, сообщение, ситуация (кейс-задача)</i>
	ИД-2 <sub>ПК-3</sub> Решает задачи по совершенствованию профессиональной деятельности работников торгового предприятия	32 (ПК-3) Знать основные направления совершенствования профессиональной деятельности работников торгового предприятия У2 (ПК-3) Уметь мотивировать работников торгового предприятия В2 (ПК-3) Владеть инструментами совершенствования профессиональной деятельности работников торгового предприятия	
ПК-9. Способен осуществлять формирование и прогнозирование цен на товары, работы и услуги	ИД-1 <sub>ПК-9</sub> Исследует и рассчитывает затраты на товары, работы и услуги при формировании цен	31 (ПК-9) Знать виды стратегий продаж У1 (ПК-9) Уметь заниматься продвижением товаров В1 (ПК-9) Владеть современными технологиями продаж	<i>Тест, контрольная работа, задача</i>
	ИД-2 <sub>ПК-9</sub> Анализирует и прогнозирует рыночные цены на товары, работы и услуги	32 (ПК-9) Знать роль рыночной среды в управлении продаж У2 (ПК-9) Уметь определять сущность продаж товарной продукции В2 (ПК-9) Владеть навыками	

		анализа и прогнозирования продаж	
	ИД-ЗПК-9 Применяет экономические расчеты для формирования ценовой политики организации, в т.ч. применения методов стимулирования продаж	ЗЗ (ПК-9) Знать финансово-экономические аспекты продаж УЗ (ПК-9) Уметь проводить расчеты по показателям деятельности отдела продаж ВЗ (ПК-9) Владеть инструментами определения эффективности продаж	

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
<b>Общая трудоемкость</b>	5 ЗЕТ	5 ЗЕТ	___ ЗЕТ
<b>Часов по учебному плану</b>	180	180	-
<b>в том числе</b>			-
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	66	34	-
- занятия лекционного типа	32	16	
- занятия семинарского типа	32	16	
- КСРИФ	2	2	
<b>самостоятельная работа</b>	78	110	-
<b>Промежуточная аттестация – экзамен</b>	36	36	-

#### 3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)			В том числе													Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них															
				Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Всего						
	Очное	Очно-заочное	Заочное	Очное	Очно-заочное	Заочное	Очное	Очно-заочное	Заочное	Очное	Очно-заочное	Заочное	Очное	Очно-заочное	Заочное	Очное	Очно-заочное	Заочное	
Тема 1. Сущность продаж товарной продукции и организация управления продажами	20	20		4	2		4	2								12	16		
Тема 2. Стратегии и тактика продаж	20	20		4	2		4	2								12	16		
Тема 3. Организация работы торгового персонала	26	26		6	2		6	2								14	22		
Тема 4. Финансово-экономические аспекты продаж	26	28		6	4		6	4								14	20		
Тема 5. Современные технологии продаж	26	28		6	4		6	4								14	20		
Тема 6. Продвижение товаров при осуществлении продаж	24	20		6	2		6	2								12	16		
Промежуточный контроль - экзамен	36	36																	
Итого (включая КСИФР - 2 часа)	180	180		32	16		32	16								78	110		

Практические занятия (семинарские 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 кейс-задач, контрольной работы.

На проведение практических занятий (семинарских занятий) в форме практической подготовки отводится 8 часов.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП;
- планирование и принятие решений в области выбранной профессиональной деятельности и оценка их эффективности;
- управление маркетинговой деятельностью предприятия (организации);
- управление информационно-коммуникационной деятельностью предприятия (организации);
- подготовка исходных данных для проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность предприятия;
- проведение расчетов экономических и социально-экономических показателей на основе типовых методик с учетом действующей ситуации для принятия обоснованных управленческих решений;
- компетенций:

ПК-3. Способен контролировать профессиональную деятельность работников торговых предприятий,

ПК-9. Способен осуществлять формирование и прогнозирование цен на товары, работы и услуги

Промежуточная аттестация проходит в традиционной форме экзамена.

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

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа студентов, прежде всего, заключается в изучении литературы, дополняющей материал, излагаемый в лекционной части курса. Необходимо овладеть навыками библиографического поиска, в том числе в сетевых Интернет-ресурсах, научиться сопоставлять различные точки зрения и определять методы исследований.

Для контроля знаний, умений и навыков на лекционных и практических занятиях возможно использование следующих видов работы: собеседование, решение задач, тестирование, доклады с презентацией, самоконтроль и самопроверка, самостоятельная поисковая деятельность. Контроль может осуществляться аудиторно и внеаудиторно.

Контроль, знаний, умений и навыков необходимо проводить после завершения каждой темы. Основная цель — проверка знаний и умений обучающихся по пройденному материалу. Итоговое испытание проводится в форме экзамена.

#### **Вопросы для подготовки к экзамену**

1. Содержание и классификация продаж товарной продукции.
2. Описание процесса продажи товарной продукции.
3. Факторы активизации продаж товарной продукции.
4. Субъекты и объекты продаж товарной продукции.
5. Сущность управления продажами.

6. Концепция управления продажами.
7. Обоснование выбора стратегии продаж.
8. Товарно-маркетинговая стратегия в системе продаж.
9. Концепция нового товара.
10. Управление товарным ассортиментом.
11. Стратегия обоснования выгодного поставщика.
12. Стратегия распределения товарной продукции.
13. Стратегии продвижения товара на рынок.
14. Ценовые стратегии в управлении продажами.
15. Стратегии управления клиентами.
16. Организация работы отдела продаж в торговом предприятии.
17. Оценка работы отдела продаж в торговом предприятии.
18. Место отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями торгового предприятия.
19. Методы стимулирования сотрудников отдела продаж в торговом предприятии.
20. Концептуальные модели управления персоналом в сфере продаж.
21. Прибыль, рентабельность и ценовые стратегии при осуществлении продаж.
22. Система налогообложения торгового предприятия.
23. Планирование и прогнозирование продаж.
24. Бюджет продаж, его оценка и финансовые риски.
25. Внутренний и внешний контроль продаж.
26. Мониторинг и эффективность продаж.
27. Информационные системы продаж.
28. Модели осуществления покупок в интернете.
29. Особенности организации продающих сайтов и поисковая оптимизация.
30. Корпоративные порталы, сайты, баннеры и информационные системы.
31. Обеспечение безопасности для осуществления продаж в интернете.
32. Статистика и ключевые показатели эффективности продаж в интернете.
33. Компоненты маркетингового продвижения.
34. Реклама в интернете при осуществлении продаж.
35. Мобильные приложения.
36. Роль посредников в привлечении интернет-покупателей.
37. Рассылка электронных писем.
38. Блоги и социальные сети.

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 «Управление продажами», созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=10181>

## **5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю),**

включающий:

### 5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
<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 минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения.  Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения,. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки.  Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки  при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки  при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки  при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач



### Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка	Уровень подготовки
<b>превосходно</b>	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
<b>отлично</b>	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»
<b>очень хорошо</b>	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»
<b>хорошо</b>	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»
<b>удовлетворительно</b>	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»
<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

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

### 5.2.1 Контрольные вопросы

Вопрос	Код компетенции (согласно РПД)
1. Содержание и классификация продаж товарной продукции.	ПК-9
2. Описание процесса продажи товарной продукции.	ПК-9
3. Факторы активизации продаж товарной продукции.	ПК-9
4. Субъекты и объекты продаж товарной продукции.	ПК-9
5. Сущность управления продажами.	ПК-9
6. Концепция управления продажами.	ПК-9
7. Обоснование выбора стратегии продаж.	ПК-9
8. Товарно-маркетинговая стратегия в системе продаж.	ПК-9
9. Концепция нового товара.	ПК-9

10.	Управление товарным ассортиментом.	ПК-9
11.	Стратегия обоснования выгодного поставщика.	ПК-9
12.	Стратегия распределения товарной продукции.	ПК-9
13.	Стратегии продвижения товара на рынок.	ПК-9
14.	Ценовые стратегии в управлении продажами.	ПК-9
15.	Стратегии управления клиентами.	ПК-9
16.	Организация работы отдела продаж в торговом предприятии.	ПК-3
17.	Оценка работы отдела продаж в торговом предприятии.	ПК-3
18.	Место отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями торгового предприятия.	ПК-3
19.	Методы стимулирования сотрудников отдела продаж в торговом предприятии.	ПК-3
20.	Концептуальные модели управления персоналом в сфере продаж.	ПК-3
21.	Прибыль, рентабельность и ценовые стратегии при осуществлении продаж.	ПК-9
22.	Система налогообложения торгового предприятия.	ПК-9
23.	Планирование и прогнозирование продаж.	ПК-9
24.	Бюджет продаж, его оценка и финансовые риски.	ПК-9
25.	Внутренний и внешний контроль продаж.	ПК-9
26.	Мониторинг и эффективность продаж.	ПК-9
27.	Информационные системы продаж.	ПК-9
28.	Модели осуществления покупок в интернете.	ПК-9
29.	Особенности организации продающих сайтов и поисковая оптимизация.	ПК-9
30.	Корпоративные порталы, сайты, баннеры и информационные системы.	ПК-9
31.	Обеспечение безопасности для осуществления продаж в интернете.	ПК-9
32.	Статистика и ключевые показатели эффективности продаж в интернете.	ПК-9
33.	Компоненты маркетингового продвижения.	ПК-9
34.	Реклама в интернете при осуществлении продаж.	ПК-9
35.	Мобильные приложения.	ПК-9
36.	Роль посредников в привлечении интернет-покупателей.	ПК-9
37.	Рассылка электронных писем.	ПК-9
38.	Блоги и социальные сети.	ПК-9

## 5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенций

### ПК-3

1. При каком стиле руководства менеджер и торговый представитель совместно принимают решения?

- а) указание;
- б) делегирование;
- в) участие.

2. Трансформационные менеджеры по продажам концентрируют свое внимание на достижениях:

- а) стратегических целей;
- б) оперативных целей;
- в) тактических целей.

3. Кто из торгового персонала предприятия генерирует продажи?

- а) менеджеры высшего уровня управления продажами;
- б) торговые представители;
- в) менеджеры среднего уровня управления продажами.

#### **ПК-9**

1. Каким предприятиям сопутствует успех в продажах?

- а) предприятиям, которые приспособились к рыночному окружению;
- б) предприятиям, которые активно влияют на динамику рыночной среды;
- в) предприятиям, которые не учитывают факторы рыночной среды.

2. Влияние рыночной среды на управление продажами проявляется в формах:

- а) предоставления благоприятных условий;
- б) создания определенных угроз;
- в) не оказывает никакого влияния.

3. Рыночная среда как двухуровневая система включает:

- а) внутреннюю среду;
- б) макросреду;
- в) микросреду.

#### **5.2.3. Типовые вопросы к собеседованию для оценки сформированности компетенции**

##### **ПК-3**

- 1) Определите особенности проектирования структуры отдела продаж.
- 2) Раскройте содержание процесса разработки структуры управления продажами.
- 3) В чем заключается сущность командных продаж?
- 4) Укажите основные причины использования торговыми предприятиями телемаркетинга и электронных продаж.

#### **5.2.4. Типовые темы докладов, сообщений для оценки сформированности компетенции**

##### **ПК-3**

- 1. Преодоление возражений и отказов покупателей.
- 2. Создание условий и завершение сделки по продаже товара.
- 3. Мотивация как функция управления продажами.
- 4. Программы мотивации.
- 5. Мотиваторы и регуляторы продаж товарной продукции.

#### **5.2.5. Типовые примеры ситуаций (кейс-задач) для оценки сформированности компетенции**

##### **ПК-3**

**Ситуация 1.** В результате диверсификации деятельности предприятие стало специализироваться на производстве и продаже сложной бытовой техники, требующей высокого уровня сервисного обслуживания. В связи с этим была проведена реорганизация отдела продаж и создана структура управления продажами с рыночной специализацией.

Задание:

1. Проанализируйте варианты организационного построения управления продажами, определите, какие параметры им характерны.
2. Приемлема ли в данной ситуации рыночная специализация организации управления продажами?
3. Какой вариант организационной структуры управления продажами можно предложить предприятию?

#### **5.2.6. Типовые вопросы к контрольной работе для оценки сформированности компетенции**

##### **ПК-9**

###### **Вариант №1**

1. Субъекты и объекты продаж товарной продукции.
2. Сущность управления продажами.
3. Концепция нового товара.
4. Управление товарным ассортиментом.
5. Стратегия обоснования выгодного поставщика.

###### **Вариант №2**

1. Концепция управления продажами.
2. Обоснование выбора стратегии продаж.
3. Товарно-маркетинговая стратегия в системе продаж.
4. Стратегия распределения товарной продукции.
5. Стратегии продвижения товара на рынок.

#### **5.2.7. Типовые примеры задач для оценки сформированности компетенции**

##### **ПК-9**

**Задача 1.** На региональном рынке сантехнических изделий функционирует 38 специализированных предприятий розничной торговли. В ход исследования была изучена деятельность 12 предприятий за первый квартал 2018 года и получены следующие результаты:

- запасы продукции на складах предприятия на начало периода исследования составили 18 452 370 руб., а на конец периода – 26 871 150 руб.;
- продажи за каждый месяц периода исследования соответственно составили – 52 050 390 руб., 122 275 400 руб., 181 932 760 руб.

Определите емкость регионального рынка сантехнических изделий.

#### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### Основная литература

1. 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>
2. 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>

### Дополнительная литература

3. Бычков, В. П. Управление персоналом : учебное пособие / под ред. В. П. Бычкова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 237 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1215349>
4. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебник / Ю.Н. Егоров. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 238 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1073056>
5. Рыжикова, Т. Н. Анализ деятельности конкурентов : учебное пособие / Т.Н. Рыжикова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 267 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1793980>
6. Синяева, И. М. Маркетинг в торговле : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. проф. Л. П. Дашкова. - 7-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 396 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/2083009>
7. Иванова, С. Не продают? Будут! Всё об управлении отделом продаж : практическое руководство / С. Иванова. - Москва : Альпина Паблишер, 2021. - 204 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1842371>

### Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. [www.4p.ru](http://www.4p.ru) – Подборка журнальных статей по маркетингу
2. [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru) – “Корпоративный менеджмент” (вопросы управления маркетингом)
3. [www.gortis.ru](http://www.gortis.ru) – Практика рыночных исследований, обзоры рынков
4. [www.infowave.ru](http://www.infowave.ru) – “Маркетинговые исследования и разработки”
5. [www.innov.ru](http://www.innov.ru) – «Нижегородский бизнес он-лайн»
6. [www.retail.ru](http://www.retail.ru) – “Маркетинг в торговле” ( еженедельник, “Обзор цен”)
7. Операционная система Microsoft Windows.
8. Прикладное программное обеспечение Microsoft Office Professional.
9. 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 38.03.06 «Торговое дело» программы бакалавриата «Управление торговой и логистической деятельностью».

Авторы:

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 на заседании методической комиссии Института экономики и предпринимательства от «14» ноября 2022 года, протокол № 6.