

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

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Психотехнологии продажи товаров

---

Уровень высшего образования

Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность

38.03.06 - Торговое дело

---

Направленность образовательной программы

Управление торговой и логистической деятельностью

---

Форма обучения

очная, очно-заочная

---

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.01 Психотехнологии продажи товаров относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

## 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	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1: Использует государственный и иностранный (-ые) язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации УК-4.2: Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках УК-4.3: Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках	УК-4.1: Знать основы применения языков в процессе общения в профессиональной деятельности Уметь общаться в деловых кругах профессиональной деятельности Владеть навыками письменного изложения результатов деятельности  УК-4.2: Знать основы положения принятия управленческих решений в процессе осуществления деловой переписки Уметь составлять последовательность принятия решений для осуществления деловой переписки Владеть навыками составления этапов принятия управленческих решений в процессе деловой переписки  УК-4.3: Знать основные виды коммуникационных технологий в процессе решения профессиональных задач Уметь осуществлять поиск информации в процессе решения профессиональных	Практическое задание Тест	Зачёт: Контрольные вопросы Практическое задание

		<p>задач</p> <p>Владеть навыками применения результатов поиска информации в процессе решения профессиональных задач</p>		
<p>ПК-5: Способен реализовывать функции комплексного маркетинга организации</p>	<p>ПК-5.1: Реализует программы разработки новых, в т.ч. инновационных товаров</p> <p>ПК-5.2: Реализует ассортиментную политику организации, в т.ч. в сфере торговли</p> <p>ПК-5.3: Реализует политику ценообразования организации, в т.ч. в сфере торговли</p> <p>ПК-5.4: Осуществляет распределение товаров в организации, в т.ч. в сфере торговли</p> <p>ПК-5.5: Реализует стратегию продвижения товаров в организации, в т.ч. в сфере торговли</p>	<p>ПК-5.1:</p> <p>знать новые виды предпринимательской деятельности</p> <p>уметь оценивать изменения рынка</p> <p>владеть навыками определения рыночного спроса на товар</p> <p>ПК-5.2:</p> <p>знать основы конкурентных преимуществ организации</p> <p>уметь выявлять конкурентные преимущества организации</p> <p>владеть навыками оценки конкурентоспособности организации</p> <p>ПК-5.3:</p> <p>знать основные акценты и достижения в области современного управления маркетинговой деятельностью</p> <p>уметь применять функции маркетинга в деятельности предприятия</p> <p>владеть навыками использования методов, приемов, инструментария современного маркетинга</p> <p>ПК-5.4:</p> <p>знать процесс осуществления покупок потребителями</p> <p>уметь определять количественные характеристики покупок</p> <p>владеть инструментами проведения расчетов в сфере покупок</p> <p>ПК-5.5:</p>	<p>Практическое задание</p> <p>Тест</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p> <p>Практическое задание</p>

		<p>знать виды стратегий продвижения товаров в организации</p> <p>уметь анализировать систему стимулирования продаж предприятия</p> <p>владеть навыками мотивации сотрудников в целях продвижения товаров</p>		
--	--	--	--	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	очно-заочная
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
в том числе		
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>		
- занятия лекционного типа	<b>14</b>	<b>8</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>28</b>	<b>8</b>
- КСР	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>65</b>	<b>91</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0</b> <b>Зачёт</b>	<b>0</b> <b>Зачёт</b>

#### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе							
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы	
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы		Всего			
	ОФО	ОЗФО	ОФО	ОЗФО	ОФО	ОЗФО	ОФО	ОЗФО	ОФО	ОЗФО
Тема 1. Рыночная среда в управлении продажами товаров	34	34	4	2	10	2	14	4	20	30
Тема 2. Психологические аспекты продаж товаров	38	38	6	4	10	4	16	8	22	30
Тема 3. Мотивационное стимулирование сбыта товаров	35	35	4	2	8	2	12	4	23	31
Аттестация	0	0								
КСР	1	1					1	1		

Итого	108	108	14	8	28	8	43	17	65	91
-------	-----	-----	----	---	----	---	----	----	----	----

### Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Рыночная среда в управлении продажами товаров  
 Роль управления продажами в сфере торговли товарами и услугами  
 Российский и международный опыт управления продажами  
 Значение рыночной среды в управлении продажами  
 Понятие и факторы рыночной среды  
 Исследование рыночной среды управления продажами  
 Показатели оценки состояния рынка при продаже товаров  
 Основные черты и критерии рыночной среды и их оценка  
 Тема 2. Психологические аспекты продаж товаров  
 Основные психологические процессы в управлении продажами  
 Классификация ощущений как главного фактора в продажах  
 Психологические приемы и методы в управлении продажами  
 Правила психологии продаж: виды и их характеристика  
 Психологические факторы в управлении продажами  
 Психология личности в торговле и продажах  
 Психология общения в торговле и продажах  
 Психологические особенности презентации товара  
 Организационная культура и этика в продажах товаров  
 Конфликты в процессе продаж  
 Общение и переговоры с покупателями  
 Преодоление возражений и отказов покупателей  
 Сегментирование и удовлетворение потребителя  
 Позиционирование товара и предприятие на рынке  
 Создание условий и завершение сделки по продаже товаров  
 Влияние маркетинговой коммуникации на поведение потребителей  
 Воздействие рекламных обращений на потребителя  
 Мерчендайзинг как элемент управления продажами  
 Поведение потребителей в интернет-среде  
 Методы маркетинговых исследований поведения потребителей  
 Социальная стратификация в продажах  
 Тема 3. Мотивационное стимулирование сбыта товаров  
 Мотивация как функция управления продажами  
 Характеристика основных направлений в мотивации продаж  
 Программы мотивации: виды и их характеристика  
 Мотиваторы и регуляторы продаж

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

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "Психотехнологии продажи товаров" (<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=10194>).

Иные учебно-методические материалы: 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.

## **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

### **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции УК-4:**

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

- канцелярских товаров
- молочных продуктов
- автомобиля.

#### **5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции 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.

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)**

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала
отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно,

Оценка	Критерии оценивания
	показывает глубокое знание основного материала
очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

### 5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции 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

#### **5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции 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

## Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	96-100% правильных ответов
отлично	86-95% правильных ответов
очень хорошо	81-85% правильных ответов
хорошо	66-80% правильных ответов
удовлетворительно	56-65% правильных ответов
неудовлетворительно	46-55% правильных ответов
плохо	45% и меньше правильных ответов

## 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатор достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	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. Ошибок нет.	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	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несуществ	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов

			не в полном объеме	в полном объеме, но некоторые с недочетами	некоторые с недочетами	енными недочетам и, выполнены все задания в полном объеме	
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. 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 некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	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
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	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	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

#### 5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-4

1. Роль управления продажами в сфере торговли товарами и услугами
2. Российский и международный опыт управления продажами
3. Значение рыночной среды в управлении продажами

4. Понятие и факторы рыночной среды
5. Классификация ощущений как главного фактора в продажах
6. Психологические приемы и методы в управлении продажами
7. Правила психологии продаж: виды и их характеристика
8. Психологические факторы в управлении продажами
9. Психология общения в торговле и продажах
10. Психологические особенности презентации товара
11. Общение и переговоры с покупателями
12. Преодоление возражений и отказов покупателей
13. Социальная стратификация в продажах
14. Мотивация как функция управления продажами

### **5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-5**

1. Исследование рыночной среды управления продажами
2. Показатели оценки состояния рынка при продаже товаров
3. Основные черты и критерии рыночной среды и их оценка
4. Основные психологические процессы в управлении продажами
5. Психология личности в торговле и продажах
6. Организационная культура и этика в продажах товаров
7. Конфликты в процессе продаж
8. Сегментирование и удовлетворение потребителя
9. Позиционирование товара и предприятие на рынке
10. Создание условий и завершение сделки по продаже товаров
11. Влияние маркетинговой коммуникации на поведение потребителей
12. Воздействие рекламных обращений на потребителя
13. Мерчендайзинг как элемент управления продажами
14. Поведение потребителей в интернет-среде
15. Методы маркетинговых исследований поведения потребителей
16. Характеристика основных направлений в мотивации продаж
17. Программы мотивации: виды и их характеристика
18. Мотиваторы и регуляторы продаж

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Ответ представлен в полном объеме, логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает знание материала
не зачтено	Ответ представлен не в полном объеме (ответ дан менее, чем на 50% поставленных вопросов), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные вопросы, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий

### **5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции УК-4**

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

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

#### **5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-5**

Задание. 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..

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все задания выполнены в полном объеме, ответ логичен и обоснован, есть незначительные погрешности
не зачтено	Задания выполнены (представлено менее 55% правильного решения и ответов), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные вопросы, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий

#### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

Основная литература:

1. Управление продажами : Учебник / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Смоленский ф-л; Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Смоленский ф-л; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Смоленский ф-л; Санкт-Петербургский государственный экономический университет; Алтайский государственный университет. - 1. - Москва : Вузовский учебник, 2023. - 300 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-9558-0531-3. - ISBN 978-5-16-105499-4. - ISBN 978-5-16-012450-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=874065&idb=0>.
2. Меликян Оганез Мартинович. Поведение потребителей : Учебник / Российский университет кооперации. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 278 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-03521-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=632707&idb=0>.

#### Дополнительная литература:

1. Драганчук Людмила Стратоновна. Поведение потребителей : Учебное пособие / Сибирский федеральный университет. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024. - 192 с. - (Высшее образование). - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-018917-8. - ISBN 978-5-16-111758-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875097&idb=0>.
2. Голова Анна Георгиевна. Управление продажами : Учебник / Российский государственный гуманитарный университет. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 278 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-03902-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=632725&idb=0>.
3. Наумов Владимир Николаевич. Поведение потребителей : Учебник / Санкт-Петербургский государственный экономический университет. - 2. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 345 с. - (Высшее образование: Магистратура). - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-015021-5. - ISBN 978-5-16-107516-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=873331&idb=0>.
4. Никитина Л. Л. Психотехнологии продажи товаров : учебное пособие / Никитина Л. Л., Гаврилова О. Е. - Казань : КНИТУ, 2020. - 200 с. - Книга из коллекции КНИТУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-7882-2871-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=826605&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

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

#### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

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

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 38.03.06 - Торговое дело.

Автор(ы): Муранова Татьяна Дмитриевна.

Заведующий кафедрой: Чкалова Ольга Владимировна, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.12.2023, протокол № 6.