

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
д.филос.н., доц. Атанов А.А.



29.05.2025г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.О.51. Управление продажами

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль): Менеджмент и бизнес-технологии
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очно-заочная

Курс	3
Семестр	31
Лекции (час)	28
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	80
Курсовая работа (час)	
Всего часов	108
Зачет (семестр)	
Экзамен (семестр)	31

Иркутск 2025

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.02 Менеджмент.

Автор О.А. Суранова

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры менеджмента и сервиса

Заведующий кафедрой Е.А. Шагина

1. Цели изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Управление продажами» является усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и практических навыков, обеспечивающих квалифицированную профессиональную деятельность в области управления продаж в сфере розничной и оптовой торговли.

Задачи изучения дисциплины включают:

- овладение теоретическими знаниями в области управления продажами;
- изучение особенностей управления розничными и оптовыми продажами;
- участие в разработке проекта организации розничной/оптовой торговой точки.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	З. Знать основные понятия, инструменты, принципы, методы управления продажами, этапы управления продажами для разработки обоснованных организационно-управленческих решений У. Уметь использовать основные инструменты и методы управления продажами, разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения, направленные на повышение эффективности продаж Н. Владеть навыками применения различных технологий продаж в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Обязательная часть.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Экономическая теория", "Экономика организации"

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
--------------------	------------------

Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	28
Практические (сем, лаб.) занятия	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	80
Всего часов	108

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Сущность управления продажами	31	4	0	8		Задание по теме 1
2	Типология продавцов и покупателей в продажах на рынке	31	4	0	8		Задание по теме 2
3	Этапы управления продажами	31	4	0	8		Задание по теме 3
4	Управление взаимодействиями с покупателями: технологии и техники продаж	31	4	0	8		Задание по теме 4
5	Товарная политика производственного предприятия	31	4	0	8		Задание по теме 5
6	Планирование и организация сбыта производственного предприятия	31	2	0	10		Задание по теме 6
7	Распределение продукции производственного предприятия	31	2	0	10		Задание по теме 7
8	Управление продажами в оптовой торговле	31	2	0	10		Задание по теме 8
9	Управление продажами в розничной торговле	31	2	0	10		Задание по теме 9
	ИТОГО		28		80		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Сущность управления продажами	Сущность, цели и основные задачи управления продажами. Основные виды продаж. Специализация продаж. Социально-экономическая сущность управления продажами. Субъекты и

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		объекты продаж. Элементы построения системы продаж.
2	Типология продавцов и покупателей в продажах на рынке	Формула успеха продавца и факторы, ее определяющие. Закон «пяти продаж». Роли продавца в процессе продаж: представитель, консультант, убеждающий. Типы продавцов: основные типы личности продавца по Бобу Фицджеральду, типология продавцов по Блэйру Сингеру. Типы личности продавца по темпераменту. Факторы, определяющие типологию персонала. Основные типы клиентов в продажах на рынке B2C. Основные классификации типов потребителей в продажах. Типы личности покупателей. Модель покупательских мотивов Кролара (модель S.A.B.O.N.E).
3	Этапы управления продажами	Планирование и подготовка продаж. Оценка факторов, определяющих возможный объем продаж. Планка продаж и ее обоснование. Действия в условиях завышенной планки продаж. Нижняя планка доходности на рынке. Контакт и способы его установления. Оценка потребностей. Презентация товара. Работа с возражениями покупателей. Завершение процесса продажи и оформление сделки. Анализ продаж и разработка мероприятий, направленных на их рост.
4	Управление взаимодействиями с покупателями: технологии и техники продаж	Понятие технологии продаж. Принципы использования технологии продаж. Виды технологий продаж: внутренние, внешние, маркетинговые, технологии работы с персоналом. Техника постановки вопросов. Метод spin (метод спин-продаж) как практическая технология, позволяющая успешно вести крупные или сложные сделки. Стратегия продаж по методу спин на стадии признания потребностей, на стадии оценки различных вариантов, на стадии разрешения сомнений и на стадии внедрения. Техника «св» как последовательный перевод потребительских свойств товара в выгоду для клиента от его использования с применением элементов убеждающего высказывания. Техника «воронки продаж». Правила составления воронки продаж.
5	Товарная политика производственного предприятия	Товарная политика как совокупность решений, касающихся формирования эффективной рыночно ориентированной производственной программы предприятия. Цели товарной политики. Товарная линия, ширина и глубина производственной программы и факторы, их определяющие. Анализ товарной линии. Объем продаж и прибыль. Рыночный профиль. Модернизация, выделение и сокращение товарной линии. Товарный ассортимент и его структура. Критерии формирования ассортимента: происхождение товара, спрос, цена. Стратегии по наращиванию товарного ассортимента. Объективная обусловленность постоянного развития ассортимента товаров. Достижения научно-технического прогресса как основа обновления ассортимента потребительских товаров. Разработка новых товаров. Критерии новизны товаров.
6	Планирование и организация сбыта производственного	Роль отдела сбыта (продаж). Критерии оценки деятельности отдела сбыта. Перспективное планирование производства и сбыта продукции и его значение. Анализ и оценка внутренней

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	предприятия	и внешней среды предприятия и прогноз будущего их состояния. Определение стратегических целей. Стратегический анализ и определение альтернатив. Анализ базовых стратегий развития предприятий. Текущее планирование реализации продукции. Разработка прогнозов конъюнктуры и спроса и подготовка прогнозов реализации товаров. Составление планов поставок готовой продукции и планирование оптимальных хозяйственных связей. Выбор каналов распределения товара. Составление сметы расходов на управление сбытом и распределением, планирование доходности. Оперативно-сбытовая работа и ее элементы. Информационная поддержка продаж. Организацию правовой и претензионной работы. Корректировка производственной программы в соответствии с поступившими заказами.
7	Распределение продукции производственного предприятия	Каналы распределения их протяженность и ширина. Основные функции каналов распределения. Уровни каналов распределения. Канал нулевого уровня, одноуровневый канал, двухуровневый канал и трехуровневый канал допускает наличие между производителем и потребителем трех посредников, чаще всего двух оптовых и одного розничного торговца. Выбор схемы распределения товарного потока. Определение оптимального количества распределительных центров на обслуживаемой территории. Определение оптимального места расположения логистического центра или склада. Уровни логистики 1PL, 2PL, 3PL, 4PL И 5PL и условия их внедрения. Поддержание стандартов качества готовой продукции и логистического сервиса. Мониторинг и информационная поддержка распределения.
8	Управление продажами в оптовой торговле	Сущность и характерные особенности продаж в оптовой торговле. Функции оптовой торговли. Виды оптовых посредников. Специфика взаимоотношений с покупателями-профессионалами, т.е. Работниками служб закупок розничных торговых организаций, хорошо знающих товар и сложившуюся конъюнктуру рынка. Взаимодействие производителей и оптовой торговли. Интенсивный сбыт, его преимущества и недостатки. Сбыт на правах исключительности и преднамеренное ограничение производителями числа посредников, продающих их товар. Исключительное дилерство как фактор повышения имиджа товара и высоких цен на него. Селективный сбыт и возможность существенного контроля за ходом продаж дорогих и престижных товаров с известной торговой маркой.
9	Управление продажами в розничной торговле	Характерные особенности розничной торговли, играющие роль в процессе выработки и реализации стратегии продаж. Специфика стимулирования продаж в розничной торговле. Элементы мерчандайзинга в торговом объекте. Трехуровневая концепция мерчандайзинга: внешний вид магазина, планировка магазина, выкладка товаров. Правила представления: визуальные компоненты внутримагазинной продажи. Реклама в местах продаж. Правила использования

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		ros-материалов. Нейромаркетинг как способ влияния на подсознание покупателей. Цели и задачи нейромаркетинга. Способы выявления скрытых ассоциаций и реакций потребителей.

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
1	1. Сущность управления продажами	ОПК-3	З.Знать основные понятия, инструменты, принципы, методы управления продажами, этапы управления продажами для разработки обоснованных организационно- управленческих решений	Задание по теме 1	Задание выполнено полностью правильно - 10 баллов. Задание выполнено с небольшими недочетами - 8 баллов. Задание выполнено с существенными недочетами - 6 баллов. Задание не выполнено - 0 баллов. (10)
2	2. Типология продавцов и покупателей в продажах на рынке	ОПК-3	У.Уметь использовать основные инструменты и методы управления продажами, разрабатывать обоснованные организационно- управленческие решения, направленные на повышение эффективности продаж	Задание по теме 2	Задание выполнено полностью правильно - 10 баллов. Задание выполнено с небольшими недочетами - 8 баллов. Задание выполнено с существенными недочетами - 6 баллов. Задание не выполнено - 0 баллов. (10)
3	3. Этапы управления продажами	ОПК-3	У.Уметь использовать основные инструменты и	Задание по теме 3	Задание выполнено полностью

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			методы управления продажами, разрабатывать обоснованные организационно- управленческие решения, направленные на повышение эффективности продаж		правильно - 10 баллов. Задание выполнено с небольшими недочетами - 8 баллов. Задание выполнено с существенными недочетами - 6 баллов. Задание не выполнено - 0 баллов. (20)
4	4. Управление взаимодействиям и с покупателями: технологии и техники продаж	ОПК-3	У. Уметь использовать основные инструменты и методы управления продажами, разрабатывать обоснованные организационно- управленческие решения, направленные на повышение эффективности продаж	Задание по теме 4	Задание выполнено полностью правильно - 10 баллов. Задание выполнено с небольшими недочетами - 8 баллов. Задание выполнено с существенными недочетами - 6 баллов. Задание не выполнено - 0 баллов. (10)
5	5. Товарная политика производственно го предприятия	ОПК-3	Н. Владеть навыками применения различных технологий продаж в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	Задание по теме 5	Задание выполнено полностью правильно - 10 баллов. Задание выполнено с небольшими недочетами - 8 баллов. Задание выполнено с существенными недочетами - 6 баллов. Задание не выполнено - 0 баллов. (10)
6	6. Планирование и организация сбыта производственно го предприятия	ОПК-3	У. Уметь использовать основные инструменты и методы управления продажами, разрабатывать обоснованные организационно- управленческие решения,	Задание по теме 6	Задание выполнено полностью правильно - 10 баллов. Задание выполнено с небольшими недочетами - 8 баллов. Задание выполнено с

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			направленные на повышение эффективности продаж		существенными недочетами - 6 баллов. Задание не выполнено - 0 баллов. (10)
7	7. Распределение продукции производственно го предприятия	ОПК-3	Н. Владеть навыками применения различных технологий продаж в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	Задание по теме 7	Задание выполнено полностью правильно - 10 баллов. Задание выполнено с небольшими недочетами - 8 баллов. Задание выполнено с существенными недочетами - 6 баллов. Задание не выполнено - 0 баллов. (10)
8	8. Управление продажами в оптовой торговле	ОПК-3	Н. Владеть навыками применения различных технологий продаж в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	Задание по теме 8	Задание выполнено полностью правильно - 10 баллов. Задание выполнено с небольшими недочетами - 8 баллов. Задание выполнено с существенными недочетами - 6 баллов. Задание не выполнено - 0 баллов. (10)
9	9. Управление продажами в розничной торговле	ОПК-3	У. Уметь использовать основные инструменты и методы управления продажами, разрабатывать обоснованные организационно- управленческие решения, направленные на повышение эффективности продаж	Задание по теме 9	Задание выполнено полностью правильно - 10 баллов. Задание выполнено с небольшими недочетами - 8 баллов. Задание выполнено с существенными недочетами - 6 баллов. Задание не выполнено - 0 баллов. (10)
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 31.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Каждый правильный ответ оценивается в 4 балла.

Компетенция: ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Знание: Знать основные понятия, инструменты, принципы, методы управления продажами, этапы управления продажами для разработки обоснованных организационно-управленческих решений

1. Бизнес процесс продаж на рынках B2B и B2C. Отличия и требования к персоналу
2. Виды возражений и методы работы с ними
3. Воронка продаж. Понятие, назначения, этапы
4. Задачи и функции руководителя в продажах
5. Инструменты поддержки продаж: виды и особенности
6. Как отличия услуги от товара влияют на организацию продаж и на переговорный процесс
7. Ключевые показатели деятельности продавца
8. Методика SMART+P
9. Методы планирования в продажах
10. Методы разрешения конфликтов
11. Необходимые требования к успешному проведению деловых переговоров
12. Основные показатели эффективности электронной коммерции
13. Основные схемы мотивации торгового персонала
14. Основные требования, предъявляемые к деловой речи
15. Особенности переговоров в зависимости от типа рынка (B2B и B2C)
16. Особенности подготовки выступления с презентацией
17. Особенности постановки задач и целей продавца перед началом переговорного процесса на рынке B2B
18. Особенности продаж по технологии SPIN
19. Показатели эффективности службы продаж
20. Понятие «электронная коммерция». Основные направления развития
21. Рассылки: виды, особенности и сложности реализации
22. Телемаркетинг: виды, особенности и сложности реализации
23. Технологии работы с клиентами: факторы и ограничения
24. Факторы, влияющие на построение системы продаж в организации
25. Функции делового общения

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: За проект и обоснование до 15 баллов, за оценку уровня качества обслуживания до 15 баллов.

Компетенция: ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Умение: Уметь использовать основные инструменты и методы управления продажами, разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения, направленные на повышение эффективности продаж

Задача № 1. Оцените уровень качества обслуживания, сравните с конкурентами

Задача № 2. Разработайте и обоснуйте проект торговой точки

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: За проект и обоснование до 30 баллов.

Компетенция: ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Навык: Владеть навыками применения различных технологий продаж в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

Задание № 1. Выберите подходящий канал сбыта и определите цели и задачи для каждого участника канала

Задание № 2. Разработать презентацию нового товара или скрипт для продавца розничного торговой точки

Задание № 3. Разработать презентацию нового товара или скрипт для продавца розничного торговой точки
Разработать презентацию нового товара или скрипт для продавца розничного торговой точки

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «БГУ»)**

Направление - 38.03.02 Менеджмент
Профиль - Менеджмент и бизнес-
технологии
Кафедра менеджмента и сервиса
Дисциплина - Управление продажами

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Разработайте и обоснуйте проект торговой точки (30 баллов).
3. Разработать презентацию нового товара или скрипт для продавца розничного торговой точки
Разработать презентацию нового товара или скрипт для продавца розничного торговой точки (30 баллов).

Составитель _____ О.А. Суранова

Заведующий кафедрой _____ Е.А. Шагина

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Каплина С. А. Светлана Анатольевна Организация и технология розничной торговли. допущено М-вом образования РФ. учебник для нач. проф. образования/ С. А. Каплина.- Ростов н/Д: Феникс, 2013.-334 с.
2. Кент Т. Т., Омар О. Розничная торговля/ Т. Кент.- Москва: Юнити-Дана, 2015.-719 с.
3. Рыженков А.Г. Мерчандайзинг.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2013.- 127 с.// URL: 31139.pdf
4. Кент Т. Розничная торговля [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция» («Торговое дело») / Т. Кент, О. Омар. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 719 с. — 978-5-238-01000-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34504.html>
5. Кондрашов В.М. Управление продажами [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301) / В.М. Кондрашов. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 319 с. — 978-5-238-01259-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52650.html>

б) дополнительная литература:

1. Руднева А. О. Международная торговля. учеб. пособие для вузов. рек. Гос. ун-том управления/ А. О. Руднева.- М.: ИНФРА-М, 2015.-233 с.
2. Методы стимулирования продаж в торговле. учебник для вузов. рек. ФЭТТ РЭУ им. Г. В. Плеханова.- М.: ИНФРА-М, 2013.-303 с.
3. Хапенков В. Н. Владимир Николаевич, Иванов Г. Г. Геннадий Геннадьевич, Федюнин Д. В. Дмитрий Валерьевич Рекламная деятельность в торговле. учебник для вузов. рек. ФЭТТ РЭУ им. Г. В. Плеханова/ В. Н. Хапенков, Г. Г. Иванов, Д. В. Федюнин.- М.: ИНФРА-М, 2013.-366 с.
4. Рыженков А.Г. Ценообразование.- Иркутск: Изд-во БГУ, 2018.- 141 с.
5. Нобукаца Ацума Логистика и управление розничными продажами [Электронный ресурс] : ведущие эксперты о современной практике и тенденциях / Ацума Нобукаца, Кристофер Мартин, Хигаси Тосикацу. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Сибирское университетское издательство, 2017. — 262 с. — 978-5-379-02020-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65277.html>
6. Элияху Голдратт Я так и знал! Розничная торговля и Теория ограничений [Электронный ресурс] / Голдратт Элияху, Эшколи Айлан, БраунЛир Джо. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2018. — 168 с. — 978-5-9614-6682-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74941.html>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников", адрес доступа: <http://www.grebennikov.ru/>. доступ с компьютеров сети БГУ (по IP-адресам)
- Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <https://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области экономики и управления.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- прием и защита лабораторных работ (во время проведения занятий);
- выполнение курсовых работ в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ в часы, предусмотренные учебным планом) и др.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- написание рефератов, докладов;
- подготовка к семинарам и лабораторным работам;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система,
- MS Office,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,

- Мультимедийный класс,
- Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий