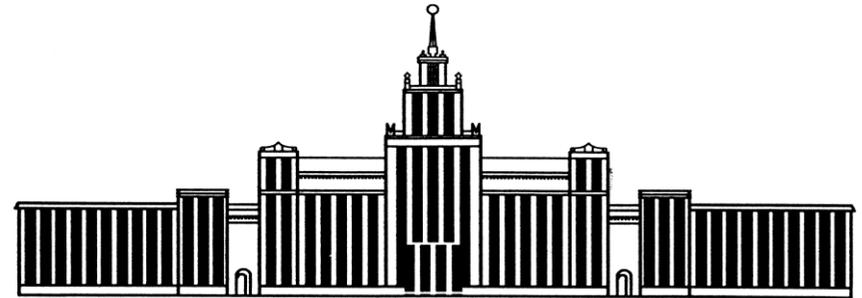

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УДК 656.21

Ю.А. Балдина

УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Методические указания по
самостоятельной работе студентов

Челябинск
2013

Министерство образования и науки Российской Федерации
Южно-Уральский государственный университет
Кафедра «Экономика торговли»

656.21

Ю.А. Балдина

УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Методические указания по самостоятельной работе студентов

Под редакцией Г.М.Грейза

Челябинск
2013

Одобрено учебно-методической комиссией кафедры

Рецензенты:

И.Ю. Окольнишникова, Я.С. Добрынина

Балдина Ю.А.

С149 Управление сбытом на предприятии: методические указания по самостоятельной работе студентов / Ю.А. Балдина; под ред. Г.М. Грейза. - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. - 20 с.

Методические рекомендации составлены в соответствии с требованиями ФГОС 3+, раскрывают теоретико-методологические характеристики и способы организации самостоятельной работы студентов, позволяющие более эффективно работать с учебной и научной литературой, критически осмысливать прочитанный и изученный материал.

Представленные материалы могут быть использованы для подготовки специалистов и бакалавров экономистов и менеджеров.

УДК 656.21

Оглавление

| | |
|--|----|
| Введение..... | 5 |
| 1. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины..... | 6 |
| 2. Место дисциплины в структуре ОП ВО | 7 |
| 3. Объём и виды учебной работы | 8 |
| 4. Содержание дисциплины | 8 |
| 4.1. Лекции | 9 |
| 4.2. Практические занятия, семинары..... | 9 |
| 4.3. Самостоятельная работа студента..... | 10 |
| 5. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе..... | 10 |
| 6. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины..... | 11 |
| 6.1. Паспорт фонда оценочных средств..... | 11 |
| 6.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания..... | 12 |
| 6.3. Типовые контрольные задания | 13 |
| 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины | 15 |
| Заключение | 17 |

Введение

Методические указания предназначены для организации самостоятельной работы учащихся по дисциплине «Управление сбытом на предприятии» для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело». Главная задача методических указаний помочь самостоятельно освоить некоторые теоретические вопросы и выполнить практические задания по дисциплине «Управление сбытом на предприятии» для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело». Методические указания облегчают подготовку к выполнению самостоятельных работ, а так же обращают внимание студента на главное, существенное в изучаемой дисциплине, помогают выработать умения анализировать, связывать теорию с практикой. Методические указания содержат тематику, формы, требования по формам и методам контроля самостоятельной работы. Материал, предлагаемый методическими рекомендациями, рассмотрен и утвержден на методической комиссии в соответствии с программой по дисциплине «Управление сбытом на предприятии» для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

Целью дисциплины является овладение навыками разработки и выполнения сбытовой стратегии фирмы. Задачами дисциплины являются:

- изучение основ лидерства и навыков организации и управления сбытовой организацией фирмы;
- усвоение исходных положений управления каналами сбыта.
- получение теоретических знаний об управлении снабжением и сбытом во всех его проявлениях;
- освоение прикладных знаний в области развития форм и методов экономического управления субъектами рыночной деятельности области снабжения и сбыта.

1. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Сбыт является самым главным показателем эффективности функционирования фирм во всех отраслях современного бизнеса. Основной целью фирмы при реализации бизнес-модели является построение результативной сбытовой деятельности, позволяющей обеспечить прибыльное функционирование и рыночную экспансию. Выпускники направления "Торговое дело" должны владеть современными технологиями эффективной организации и управления сбытовой деятельностью фирмы.

Настоящие методические указания содержат вопросы, работы и примеры заданий, которые позволяют студентам самостоятельно овладеть знаниями, профессиональными умениями, опытом творческой и исследовательской деятельности и направлены на формирование следующих компетенций:

В рамках компетенции ПК-2 способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери планируемыми результатами обучения (ЗУНы) будут:

Знать:

- теоретические основы сбытовой деятельности коммерческого предприятия;
- торгово-технологические процессы в коммерческих предприятиях;

Уметь:

- регулировать процессы хранения;
- определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов;

Владеть:

- навыками учета и списания потерь, проведения инвентаризации.

В рамках компетенции ПК-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) планируемыми результатами обучения (ЗУНы) будут:

Знать:

– формы участия в реализации проектов профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

Уметь:

– реализовывать проекты профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

Владеть:

– методами реализации проектов профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана представлены в табл.1.

Таблица 1

Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин, видов работ |
|---|---|
| ДВ.1.13.01 Коммерческая служба торгового предприятия | Не предусмотрены |

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин (табл.2):

Таблица 2

Требования к «входным» знаниям, умениям и навыкам студента

| Дисциплина | Требования |
|--|--|
| ДВ.1.13.01 Коммерческая служба торгового предприятия | Знать: – организационные структуры предприятий различных сфер деятельности, – развитие управления коммерческой службой, – организацию бизнес-процессов, которые вносят значительный вклад в конечные результаты работы компании, Уметь: – вести деловые переговоры относительно купли-продажи товаров. – повысить эффективность работы коммерческой службы; Владеть: – методами организации коммерческой работы торгового предприятия. |

3. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 ч и распределение по видам учебной работы представлены в табл.3.

Таблица 3

Виды учебной работы и распределение часов

| Вид учебной работы | Всего часов | Распределение по семестрам в часах | |
|--|-------------|------------------------------------|--|
| | | Номер семестра | |
| | | 8 | |
| Общая трудоёмкость дисциплины | 144 | 144 | |
| <i>Аудиторные занятия</i> | 72 | 72 | |
| Лекции (Л) | 36 | 36 | |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ) | 36 | 36 | |
| Лабораторные работы (ЛР) | 0 | 0 | |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i> | 72 | 72 | |
| Подготовка докладов, презентаций (текущий контроль) | 36 | 36 | |
| Подготовка к экзамену (промежуточный контроль) | 36 | 36 | |
| Вид итогового контроля (зачет, диф.зачет, экзамен) | - | экзамен | |

4. Содержание дисциплины

Содержание дисциплины и объемы аудиторных занятий по видам представлены в табл.4.

Таблица 4

Содержание дисциплины

| № раздела | Наименование разделов дисциплины | Объем аудиторных занятий по видам в часах | | | |
|-----------|--|---|---|----|----|
| | | Всего | Л | ПЗ | ЛР |
| 1 | Сбытовая стратегия фирмы | 12 | 6 | 6 | 0 |
| 2 | Система исследований и анализа каналов распределения | 12 | 6 | 6 | 0 |
| 3 | Организация отдела продаж в рамках коммерческой службы | 12 | 6 | 6 | 0 |

Окончание табл.4

| № раз-дела | Наименование разделов дисциплины | Объем аудиторных занятий по видам в часах | | | |
|------------|---|---|---|----|----|
| | | Всего | Л | ПЗ | ЛР |
| 4 | Планирование и реализация сбытовой деятельности | 12 | 6 | 6 | 0 |
| 5 | Управление сбытовыми каналами | 12 | 6 | 6 | 0 |
| 6 | Особенности коммерческих служб в различных отраслях бизнеса | 12 | 6 | 6 | 0 |

4.1. Лекции

В табл.5 представлено краткое содержание лекционных занятий.

Таблица 5

Наименование или краткое содержание лекционного занятия

| № лек-ции | № раз-дела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия | Кол-во часов |
|-----------|------------|---|--------------|
| 1 | 1 | Сбыт как основной показатель эффективности деятельности коммерческого предприятия. | 2 |
| 2 | 1 | Сбытовая деятельность в общефирменном функционировании предприятия. Концептуальные основы сбытовой деятельности фирмы: сущность, цели и задачи. | 2 |
| 3 | 1 | Связь сбытовой деятельности и маркетинга. | 2 |
| 4 | 2 | Исследования каналов сбыта и систем распределения как интегральная часть общемаркетинговых исследований рынка | 2 |
| 5 | 2 | Анализ каналов распределения и их сегментация | 2 |

4.2. Практические занятия, семинары

В табл.6 представлено краткое содержание практических занятий и семинаров.

Таблица 6

Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара | Кол-во часов |
|-----------|-----------|---|--------------|
| 1,2,3 | 1 | Формулировка сбытовой концепции | 6 |

Окончание табл.6

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара | Кол-во часов |
|-----------|-----------|---|--------------|
| 3,4,5 | 2 | Составление дистрибуционной карты рынка | 6 |
| 6,7,8 | 3 | Особенности процесса создания отдела продаж на предприятии | 6 |
| 9,10,11 | 4 | Составление бюджета продаж и плана сопутствующих маркетинговых мероприятий | 6 |
| 12,13,14 | 5 | Создание пула потенциальной клиентуры, генерирование и обработка контактов sales leads и проведение переговоров | 6 |
| 15,16,17 | 6 | Особенности коммерческих служб в различных отраслях бизнеса | 6 |

4.3. Самостоятельная работа студента

Список литературы с указанием разделов, глав и страниц, необходимой для подготовки к выполнению самостоятельной работы студентов применительно к разным видам работ, представлен табл. 7.

Таблица 7

Выполнение самостоятельной работы студента

| Выполнение СРС | | |
|---------------------------------|---|--------------|
| Вид работы и содержание задания | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) | Кол-во часов |
| Выполнение домашних заданий | ЭУМД, доп.лит. 4, с. 3-158 | 36 |
| Подготовка к экзамену | ЭУМД, осн.лит. 2, с. 4 - 30 | 36 |

5. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные образовательные технологии подразумевают целенаправленное, осмысленное изменение педагогической деятельности (и управления этой деятельностью) через разработку и введение в образовательных учреждениях педагогических и управленческих новшеств: нового содержания обучения, воспитания, управления; новых способов работы, новых средств, организационных форм. В качестве инновационных форм учебных занятий по дисци-

плине «Управление сбытом на предприятии» используются интерактивные формы обучения – командная работа (работа в малых группах) и дискуссия по актуальным вопросам, связанными особенностями сервисной деятельности (табл.8, 9), более подробно расписанные в п. 4.2

Таблица 8

Инновационные формы учебных занятий

| Инновационные формы учебных занятий | Вид работы (Л, ПЗ, ЛР) | Краткое описание | Кол-во ауд. часов |
|---------------------------------------|---------------------------------|--|-------------------|
| Использование метода "мозговой штурм" | Практические занятия и семинары | Групповая работа на практических занятиях (темы 1, 2, 5) | 10 |

Таблица 9

Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

| Инновационные формы обучения | Краткое описание и примеры использования в темах и разделах |
|--|---|
| Использование проектно-организованных технологий обучения работе в команде над комплексным решением практических задач | Организация сбытовой деятельности коммерческого предприятия (на примере торговых предприятий г.Челябинск) |

6. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

6.1. Паспорт фонда оценочных средств

Паспорт фонда оценочных средств составляется на основе компетенций, формируемых в процессе обучения, и состоит из всех видов контроля, включая текущий и промежуточный, с указанием типа заданий (табл.10).

Таблица 10

Паспорт фонда оценочных средств

| Наименование разделов дисциплины | Контролируемая компетенция ЗУНы | Вид контроля (включая текущий) | №№ заданий |
|----------------------------------|--|------------------------------------|-------------------------------------|
| Управление сбытовыми каналами | ПК-2 способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери | тест (текущий контроль) | задания для проведения тестирования |
| Все разделы | ПК-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) | Экзамен (промежуточная аттестация) | Вопросы к экзамену |
| Все разделы | ПК-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) | Экзамен (промежуточная аттестация) | Вопросы к экзамену |

6.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

В табл.11 представлены критерии оценивания в зависимости от вида контроля и процедуры оценивания.

Таблица 11

Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

| Вид контроля | Процедуры проведения и оценивания | Критерии оценивания |
|----------------------------------|---|---|
| экзамен (промежуточный контроль) | Итоговой процедурой оценивания пройденного материала является экзамен. Процедура проведения экзамена предполагает одновременное нахождение в аудитории группы студентов (но не более 30 человек). | Отлично: полные, исчерпывающие, аргументированные ответы на все основные и дополнительные вопросы Хорошо: полные, аргументированные ответы на все основные и дополнительные вопросы при незначительных упущениях и неточностях |

| Вид контроля | Процедуры проведения и оценивания | Критерии оценивания |
|-------------------------|--|--|
| | | <p>Удовлетворительно: Теоретическое содержание курса освоено частично, компетенции сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, в них имеются ошибки</p> <p>Неудовлетворительно: Теоретическое содержание курса не освоено, компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения заданий либо не выполнены, либо содержат грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не привела к какому-либо повышению качества</p> |
| Тест (текущий контроль) | По итогам выполнения домашних заданий проводится тестирование. | <p>Процедура проведения тестирования предполагает одновременное нахождение в аудитории группы студентов (но не более 30 человек). Каждому студенту выдается бланк заданий, включающий себя перечень вопросов и вариантов ответов. Для корректности проведения процедуры оценивания задания составляются минимум в 2-х вариантах. Общее количество вариантов тестовых заданий не ограничено. Тест считается успешной пройденным, если студент ответил на 65% вопросов.</p> <p>Зачтено: правильные ответы на 65% и более вопросов теста</p> <p>Не зачтено: правильные ответы на менее 65% вопросов теста</p> |

6.3. Типовые контрольные задания

В табл.12 представлены типовые контрольные задание в соответствии с видом контроля.

Типовые контрольные задания

| Вид контроля | Типовые контрольные задания |
|------------------------------------|---|
| Экзамен (промежуточная аттестация) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Эффективные методы исследования сбытовых каналов 2. Формы и виды организационных структур отдела продаж 3. Системы материального стимулирования торгового персонала 4. Стратегия поиска и оценки потенциальной клиентуры 5. Коммуникационные стратегии в канале сбыта 6. Разработка плана сбыта и бюджета продаж 7. Позиционирование продуктов и услуг компании на рынке 8. Формы партнерского маркетинга 9. Организация тренингов по продукту и технике продаж для сбытового персонала клиента 10. Взаимосвязь сбытовой и маркетинговой стратегий |
| тест (текущий контроль) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Какое из приведенных ниже определений характеризует основное содержание графического метода анализа и проектирования распределительных каналов? <ol style="list-style-type: none"> а) идентификация, описание и классификация всех возможных посреднических институтов в канале; б) графическое представление возможных каналов распределения по типу сырья или товара; в) определение детальной структуры канала распределения применительно не к отдельному продукту, а к той или иной группировке продуктов; г) последовательное построение схемы бизнес-процесса в виде декомпозиции функций до неделимых операций, на входе и выходе которых отражаются: материальные и информационные объекты, используемые ресурсы, организационные единицы; д) идентификация структуры каналов распределения, анализ связей и взаимодействия в канале. 2. Какое из приведенных ниже определений характеризует основное содержание метода, основанного на группировке товаров в области анализа и проектирования распределительных каналов? <ol style="list-style-type: none"> а) идентификация, описание и классификация всех возможных посреднических институтов в канале; б) графическое представление возможных каналов распределения по типу сырья или товара; в) определение детальной структуры канала распределения применительно не к отдельному продукту, а к той или иной группировке продуктов; г) последовательное построение схемы бизнес-процесса в виде декомпозиции функций до неделимых операций, на входе и выходе которых отражаются: материальные и информационные объекты, используемые ресурсы, организационные единицы; д) идентификации структуры каналов распределения, анализ связей и взаимодействия в канале. 3. Какое из приведенных ниже определений характеризует основное содержание функционального метода анализа и проектирования распределительных каналов? <ol style="list-style-type: none"> а) идентификация, описание и классификация всех возможных посреднических институтов в канале; б) графическое представление возможных каналов распределения по типу |

Продолжение таблицы 12

| Вид контроля | Типовые контрольные задания |
|--------------|---|
| | <p>сырья или товара;</p> <p>в) определение детальной структуры канала распределения применительно не к отдельному продукту, а к той или иной группировке продуктов;</p> <p>г) последовательное построение схемы бизнес-процесса в виде декомпозиции функций до неделимых операций, на входе и выходе которых отражаются: материальные и информационные объекты, используемые ресурсы, организационные единицы;</p> <p>д) идентификация структуры каналов распределения, анализ связей и взаимодействия в канале.</p> <p>4. Какое из приведенных ниже определений характеризует основное содержание структурного метода анализа и проектирования распределительных каналов?</p> <p>а) идентификация, описание и классификация всех возможных посреднических институтов в канале;</p> <p>б) графическое представление возможных каналов распределения по типу сырья или товара;</p> <p>в) определение детальной структуры канала распределения применительно не к отдельному продукту, а к той или иной группировке продуктов;</p> <p>г) последовательное построение схемы бизнес-процесса в виде декомпозиции функций до неделимых операций, на входе и выходе которых отражаются: материальные и информационные объекты, используемые ресурсы, организационные единицы;</p> <p>д) идентификация структуры каналов распределения, анализ связей и взаимодействия в канале.</p> <p>5. В чем отличие логистической сбытовой чет (ЛСШ и распределительного канат?</p> <p>а) распределительный канал - неоптимизированное множество субъектов сбытовой сети, а ЛСЦ - упорядоченное (оптимизированное) множество субъектов, осуществляющих доведение материального потока от источника генерации (производителя) до места назначения (потребителя);</p> <p>б) распределительный канал - упорядоченное (оптимизированное) множество субъектов, осуществляющих доведение материального потока от источника генерации (производителя) до места назначения (потребителя), а ЛСЦ - неоптимизированное множество субъектов сбытовой сети;</p> <p>в) распределительный канал и ЛСЦ не различаются между собой;</p> <p>г) распределительный канал и ЛСЦ различаются между собой только теоретически, на практике это одно и то же;</p> <p>д) распределительный канал и ЛСЦ являются синонимами термина «логистика».</p> |

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Системы, технологии и организация услуг в автомобильном сервисе

Текст учебник для вузов по специальности "Сервис трансп. и технол. машин и оборудования (автомобил. трансп.) и др. А. Н. Ременцов и др.; под ред. А. Н. Ременцова, Ю. Н. Фролова. - 2-е изд., стер. - М.: Академия, 2014. - 477, [1] с. ил.

2. Барлоу, Д. Сервис, ориентированный на бренд : Новое конкурентное преимущество Текст Д. Барлоу, П. Стюарт ; пер. с англ. Г. Сахацкого. - М.: Олимп-Бизнес, 2007. - 271 с.

б) дополнительная литература:

1. Мошкина, Л. Д. Маркетинг услуг Текст учеб. пособие Л. Д. Мошкина ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2012. - 101, [1] с. электрон. версия

2. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг Текст учеб. пособие для вузов по направлению 080111 "Маркетинг услуг" Т. А. Тультаев. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 206, [1] с. ил.

3. Песоцкая, Е. В. Маркетинг услуг Учеб. пособие Е. В. Песоцкая. - СПб.: Питер, 2000. - 155, [2] с. ил.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Маркетинг в России и за рубежом 16+ ЗАО "Финпресс" журнал

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Введение в специальность. История сервиса: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по сервисным специальностям / Д. А. Аманжолова [и др.] - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2009. - 384 с.

2. Волгин, В. В. Автодилер. Маркетинг техники: Рынок техники. Создание дилерского центра. Реализация техники. Управление предприятием. Развитие деятельности Практик. пособие В. В. Волгин. - М.: Дашков и К, 2005. - 871 с.

В табл.13 представлена электронная учебно-методическая документация, а также наименование ресурса в электронной форме и возможности доступа.

Таблица 13

Электронная учебно-методическая документация

| Наименование разработки | Наименование ресурса в электронной форме | Доступность |
|---|---|---------------------------|
| Основная литература | | |
| Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2009. — 152 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/918 — Загл. с экрана. | Электронно-библиотечная система Издательства Лань | Интернет / Авторизованный |
| Дополнительная литература | | |
| Шиловский, В.Н. Маркетинг и менеджмент технического сервиса машин и оборудования. [Электронный ресурс] / В.Н. Шиловский, А.В. Питухин, В.М. Костюкевич. — Электрон. дан. — СПб. : Лань, 2015. — 272 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/56614 — Загл. с экрана. | Электронно-библиотечная система Издательства Лань | Интернет / Авторизованный |

Заключение

В методических указаниях по самостоятельной работы студентов представлены объемы и виды учебной работы, формируемые в процессе изучения дисциплины «Управление сбытом на предприятии» компетенции обучающегося, определено место дисциплины в структуре ОП ВО, представлены планы практических и лекционных занятий, примеры вопросов, инновационные образовательные технологии, используемые в процессе обучения. Существенное внимание уделено учебно-методическому и информационному обеспечению дисциплины.

Методические указания по самостоятельной работы студентов по дисциплине «Управление сбытом на предприятии» составлены в соответствии с требованиями образовательного стандарта.