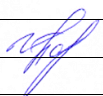


ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ПРИЕМ 2019 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Управление продажами

Направление подготовки/ специальность	27.04.05 Инноватика		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Цифровой маркетинг		
Специализация	Цифровой маркетинг		
Уровень образования	высшее образование – магистратура		
Курс	2	семестр	3
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	3		

Директор ШИП		А.А. Осадченко
Руководитель ООП		И.А. Павлова
Преподаватель		Е.И.Карякин

2020

1. Роль дисциплины «Управление продажами» в формировании компетенций выпускника:

Элемент образовательной программы (дисциплина, практика, ГИА)	Семестр	Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
				Код	Наименование
Управление продажами	3	УК(У)-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК(У)-2.В2	Владеет опытом оперативного управления реализацией проекта на всех стадиях его жизненного цикла
				УК(У)-2. У2	Умеет применять теоретические знания, связанные с организацией управления проектами, в том числе в условиях риска и неопределенности
				УК(У)-2. 32	Знает современные подходы к управлению проектами, процессов и функций управления инновационными проектами на разных стадиях жизненного цикла
		ПК(У)-1	Способность выбрать (разработать) технологию осуществления (коммерциализации) результатов научного исследования (разработки)	ПК(У)-1.В1	Владеет опытом выбора технологии продвижения продукта в цифровой среде
				ПК(У)-1.У1	Умеет применять технологию продвижения продукта в цифровой среде
				ПК(У)-1.31	Знает основные технологии продвижения продукта в цифровой среде
		ПК(У)-13	Способность осуществлять разработку и реализацию стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде на основе комплексного анализа рынка	ПК(У)-13. В2	Владеет опытом разработки стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде
				ПК(У)-13. У2	Умеет разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией
				ПК(У)-13. 32	Знает методы и инструменты стратегического анализа и планирования

2. Показатели и методы оценивания

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование раздела дисциплины	Методы оценивания (оценочные мероприятия)
Код	Наименование			
РД 1	Способность руководить инновационными проектами, разрабатывать и реализовывать стратегию развития, способность разрабатывать план и программу продвижения инновационного продукта	УК(У)-2 ПК(У)-1	Раздел 1. Маркетинг в экономической системе	Защита отчета по ИДЗ
РД 2	Способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи, выбирать соответствующие методы решения, и разрабатывать программу исследования, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты, прогнозировать тенденции научно-технического развития	УК(У)-2 ПК(У)-1. ПК(У)-13	Раздел 2. Координация и реализация маркетинговых решений	Защита отчета по ИДЗ
РД 3	Способность проводить аудит и анализ проектов и бизнес-процессов. Оценивать эффективность инвестиций, выполнять маркетинговые исследования для продвижения производимого продукта на мировом рынке	ПК(У)-1. ПК(У)-13	Раздел 3. Организация систем сбыта и управление маркетинговыми коммуникациями	Защита отчета по ИДЗ

3. Шкала оценивания

Порядок организации оценивания результатов обучения в университете регламентируется отдельным локальным нормативным актом – «Система оценивания результатов обучения в Томском политехническом университете (Система оценивания)» (в действующей редакции). Используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов обучения. Итоговая оценка (традиционная и литерная) по видам учебной деятельности (изучение дисциплин, УИРС, НИРС, курсовое проектирование, практики) определяется суммой баллов по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации (итоговая рейтинговая оценка - максимум 100 баллов).

Распределение основных и дополнительных баллов за оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации устанавливается календарным рейтинг-планом дисциплины.

Рекомендуемая шкала для отдельных оценочных мероприятий входного и текущего контроля

% выполнения задания	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки
90%÷100%	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, их качество оценено количеством баллов, близким к максимальному
70% - 89%	«Хорошо»	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество ни одного из них не оценено минимальным количеством баллов
55% - 69%	«Удовл.»	Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество некоторых из них оценено минимальным количеством баллов
0% - 54%	«Неудовл.»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

Шкала для оценочных мероприятий зачета

Степень сформированности результатов обучения	Балл	Соответствие традиционной оценке		Определение оценки
90% ÷ 100%	90 ÷ 100	«Отлично»	«Зачтено»	Отличное понимание, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, их качество оценено количеством баллов, близким к максимальному
70% ÷ 89%	70 ÷ 89	«Хорошо»		Достаточно полное понимание, хорошие знания, умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество ни одной из них не оценено минимальным количеством баллов
55% ÷ 69%	55 ÷ 69	«Удовл.»		Приемлемое понимание, удовлетворительные знания, умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество некоторых из них оценено минимальным количеством баллов
0% ÷ 54%	0 ÷ 54	«Неудовл.»	«Не зачтено»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

4. Перечень типовых заданий

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
1.	Защита отчета по ИДЗ	Примерные темы ИДЗ (3 на выбор): 1. Сегментация рынка. Определение целевого сегмента 2. Формирование каналов распределения 3. Мотивация участников канала распределения 4. Контроль и оценка эффективности каналов распределения 5. Управление отделом продаж на предприятии 6. Поиск потенциальных клиентов 7. Организация процесса делового общения 8. Организация презентации товара
2.	Итоговый (зачетный) тест	Вопросы итогового (зачетного) теста: 1. Выберите три качества, которые наиболее важны для взаимодействия с клиентом? - А). Профильное образование, знание своего продукта, привлекательный внешний вид. - Б). Заинтересованность проблемами клиента, понимание ценности своего продукта, коммуникабельность. - В). Стратегическое мышление, энтузиазм, ориентированность на результат. 2. Основная задача менеджера по продажам это: - А). Презентация продукта. - Б). Контроль и обеспечение сделки по продаже. - В). Привлечение клиента в компанию. 3. Чем менеджер по продажам похож на собственника бизнеса: - А). Менеджер по продажам развивает свою клиентскую базу, как предприниматель свою фирму. - Б). Стремление добиваться максимальной прибыли, используя свои умения, знания и навыки. - В). Умение предугадать тенденции развития и выстроить стратегический план. 4. Что наиболее важно менеджеру по продажам при анализе ситуации на рынке? - А). Клиенты, свой продукт, конкуренты. - Б). Сегментация рынка, SWOT-анализ, ABC анализ. - В). Цены на нефть, политическая ситуация, сезонность. 5. Что влияет на выведение нового продукта в большей степени: - А). Харизматичность менеджера по продажам. - Б). Давно сложившиеся отношения со старыми клиентами.

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
		В). Активность менеджера, понимание целевого клиента. 6. Какие преимущества дает менеджеру по продажам ведение базы данных клиентов: А). Гарантия от потерь информации. Б). Экономия времени. В). Возможность выделиться перед руководством в выгодном свете. 7. Какова может быть цель первого телефонного контакта с потенциальным клиентом: А). Продажа. Б). Создание благоприятного впечатления о себе и своей компании. В). Достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии. 8. Почему в процессе разговора с клиентом предпочтительнее "ВЫ-подход", например, «Вы получите возможность привлечь новых покупателей» (вместо – «Мы предлагаем Вам расширить ассортимент»)? А). Так рекомендуют психологи. Б). Вы-подход сообщает собеседнику о получаемых выгодах как о состоявшемся факте. В). Так проще вызвать доверие. 9. Вы позвонили в компанию и трубку взял секретарь, что это означает для Вас? А). На секретаря лучше не попадать, они только мешают. Б). Можно познакомиться с девушкой. В). Можно собрать дополнительную информацию о потенциальном клиенте. 10. Менеджер по продажам должен быть одет: А). В дорогой костюм и использовать броские аксессуары для того, чтобы произвести впечатление успешности и запомниться партнерам. Б). В удобной, повседневной одежде (например: джинсы + рубашка или джемпер). Это способствует неформальному общению . В). Деловой стиль, как принято в среде потенциального клиента. Опрятно и аккуратно. 11. Для чего нужны менеджеру по продажам демонстрационные материалы в процессе общения с клиентом? А). Это удобно, так как можно наглядно показать все в картинках и цифрах. Б). Так надежнее, клиент сам сможет во всем разобраться и не риска что-либо забыть. В). Реклама - двигатель торговли. Их нужно оставить после встречи у клиента как напоминание. 12. Когда клиент оценивает предлагаемый продукт, решающее значение имеет следующий

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
		фактор: А). Цена. Б). Соотношение цены и качества. В). Соотношение выгод и затрат. 13. Позитивная роль конкуренции заключается в: А). Регуляции динамики цен. Б). Стимуляции к развитию сервиса. В). Интереснее работать, мотивирует. 14. Почему люди приобретают дорогие товары? А). Не умеют считать свои деньги. Б). Удовлетворение иной выгоды, нежели экономия средств. В). Более дорогие товары - более надежны и качественны. 15. Работу с возражением менеджер по продажам должен начинать так: А). «Вы несколько неправы, и я сейчас расскажу вам, в чем именно». Б). «Согласен с Вами». В). «Я понимаю, Вашу позицию». 16. Какие свои качества менеджер по продажам использует в работе с возражениями? А). Терпение. Б). Напористость. В). Красноречие. 17. Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по продажам на возражение клиента: «Ваши цены слишком высоки для нас»? А). «Да, у нас дорого». Б). «Да, вы правы, наши цены напрямую связаны с высоким качеством нашей продукции». В). «Ну что вы, разве это дорого? Вы посмотрите на цены у наших конкурентов!» 18. Ключевой клиент – это: А). Такой, который благодаря соответствующим закупкам обеспечивает фирме и менеджеру по продажам выполнение значительной части плановых показателей объема продаж. Б). Представители крупных предприятий. В). Партнеры, сотрудничающие с фирмой и непосредственно с менеджером по продажам не менее полутора лет. 19. Какие качества должен обнаружить менеджер по продажам при поступлении рекламации? А). Умение парировать агрессивные высказывания.

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
		Б). Сострадание и совестьливость. В). Невозмутимость и понимание состояния клиента. 20. Работа по возвращению клиентов – это: А). Умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы его ухода/снижения активности. Б). Умение приносить извинения за некачественную работу компании. В). Умение объяснить клиенту, что уход/снижение активности является его стратегической ошибкой.

5. Методические указания по процедуре оценивания

	Оценочные мероприятия	Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания
1.	Посещение занятий (П) – 16 шт	Посещение занятий (лекций, практик, лабораторных работ) оценивается в 1 балл. Общее количество аудиторных занятий (лекции, практики, лабораторные работы) – 16 шт (32 часа), общее число баллов, которое может получить студент (за исключением контрольных мероприятий) – 16 баллов
2.	Выполнение ИДЗ по результатам самостоятельной работы (ВИДЗ)– 3 шт	ИДЗ выполняются в соответствии с календарным планом. Отчеты по ИДЗ выполняются в рамках самостоятельной работы. Выполнение каждого ИДЗ в срок оценивается в 10 баллов, общее количество баллов за данный вид работ в рамках СРС – 30 баллов
3.	Защита индивидуального домашнего задания (ЗИДЗ) – 3 шт	Защита происходит устно, публично, с презентацией результатов этапа на конференц-неделях. Критерии оценивания одной защиты: • 2,84 балла Работа выполнена в полном объеме • 2,84 балла Работа выполнена корректно с рыночной точки зрения • 2,84 балла Работа оформлена в виде презентации • 2,84 балла Работа доложена Суммарно за защиту отчетной работы по ИДЗ 0-11,36 баллов. Всего в течение семестра каждый студент может получить за выполнение этого мероприятия до 34 баллов
4.	Выполнение итогового (зачетного) теста(ЗТ) –1 шт.	Тест выполняется письменно. Содержит 20 вопросов, правильный ответ на каждый из которых оценивается в 1 балл. Суммарно за выполнение итогового (зачетного) теста 0-20 баллов. Общее число баллов за выполнение этого мероприятия до 20.
5.	Зачет (З)	В рамках изучаемых разделов дисциплины осуществляется текущее оценивание степени освоения студентами изученного материала. Проверка освоения материала практических занятий проводится по результатам выполнения ИДЗ и практических работ. Допуск по итогу текущего контроля рассчитывается на основе суммы баллов, набранных за все виды оценочных мероприятий. Для допуска к зачету студенту необходимо набрать 54 балла и более по всем видам запланированных оценочных мероприятий. Минимальное допустимое число баллов для того, чтобы процедура зачета состоялась, составляет 55 баллов.

КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ
2020 / 2021 учебный год

ОЦЕНКИ			Дисциплина <i>«Управление продажами»</i>	Лекции	-	час.
«Отлично»	A	90 - 100 баллов		Практ. занятия	32	час.
«Хорошо»	B	80 – 89 баллов		Лаб. занятия	-	час.
	C	70 – 79 баллов		Всего ауд. работа	32	час.
«Удовл.»	D	65 – 69 баллов		CPC	76	час.
	E	55 – 64 баллов		ИТОГО	108	час.
Зачтено	P	55 - 100 баллов			3	з.е.
Неудовлетворительно / незачтено	F	0 - 54 баллов				

Результаты обучения по дисциплине:

РД1	Способность руководить инновационными проектами, разрабатывать и реализовывать стратегию развития, способность разрабатывать план и программу продвижения инновационного продукта
РД2	Способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи, выбирать соответствующие методы решения, и разрабатывать программу исследования, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты, прогнозировать тенденции научно-технического развития
РД3	Способность проводить аудит и анализ проектов и бизнес-процессов. Оценивать эффективность инвестиций, выполнять маркетинговые исследования для продвижения производимого продукта на мировом рынке

Оценочные мероприятия:

Для дисциплин с формой контроля - зачет

Оценочные мероприятия		Кол-во	Баллы
Текущий контроль:			100
П	Посещение занятия (ЛК, ПР, ЛБ)	16	16
ВИДЗ	Выполнение ИЗД по результатам самостоятельной работы (ВИДЗ)	3	30
ЗИДЗ	Защита индивидуального домашнего задания (ЗИДЗ)	3	34
ЗТ	Выполнение итогового (зачетного) теста (ЗТ)	1	20
Промежуточная аттестация:			
ЗАЧ		—	—
ИТОГО			100

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	31.авг	РД1								
			Лекция 1 Изменение потребительского поведения	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		4			ОСН 2	ЭР 2	
2	07.сен	РД1								
			Практическое занятие 1 Персональные продажи	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		4			ДОП 1,2	ЭР 3,4,5	
3	14.сен	РД1								
			Лекция 2 Методы и инструментарий организации маркетинговых коммуникаций и продаж	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		4			ОСН 2	ЭР 2	
4	21.сен	РД1								
			Практическое занятие 2. Сложные продажи	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение ИЗД по результатам самостоятельной работы		6	ВИДЗ	10	ДОП 1,2	ЭР 3,4,5	
5	28.сен	РД1								
			Лекция 3. Теория 4Р и 4С, позиционирование	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Защита индивидуального домашнего задания		6	ЗИДЗ	11	ОСН 2	ЭР 2	
6	05.окт	РД2								
			Практическое занятие 3. Модели стратегических решений	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		4			ОСН 2	ЭР 2	
7	12.окт	РД2								
			Лекция 4. Понятия сегментирования и нишинга	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		4			ОСН 2	ЭР 2	
8	19.окт	РД2								
			Практическое занятие 4. Базовые стратегии достижения коммерческих целей	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		4			ОСН 2	ЭР 2	
9	26.окт		Конференц-неделя 1							
			Всего по контрольной точке (аттестации) 1	16	36		29			

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
10	02.ноя	РД2								
			Лекция 5. УТП и точки продаж	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение ИЗД по результатам самостоятельной работы		6	ВИДЗ	10	ДОП 1,2	ЭР 3,4,5	
11	09.ноя	РД2								
			Практическое занятие 5. Активизация продаж	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Защита индивидуального домашнего задания		6	ЗИДЗ	11	ОСН 2	ЭР 2	
12	16.ноя	РД3								
			Лекция 6. Особенности розничных торговых точек	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		4			ОСН 2, ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
13	23.ноя	РД3								
			Практическое занятие 6. Продвижение торговых точек	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		4			ОСН 2, ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
14	30.ноя	РД3								
			Лекция 7. Дистанционные и прямые продажи	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		4			ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
15	07.дек	РДЗ	Практическое занятие 7. Стратегии продаж pull и push	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение ИЗД по результатам самостоятельной работы		6	ВИДЗ	10	ДОП 1,2	ЭР 3,4,5	
16	14.дек	РДЗ	Лекция 8. Мерчендайзинг торговой точки и марки	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Защита индивидуального домашнего задания		6	ЗИДЗ	11	ОСН 2	ЭР 2	
17	21.дек	РДЗ	Практическое занятие 8. Управление ассортиментом и категорийный менеджмент	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		4			ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
18	28 дек		Конференц-неделя 2							
			Выполнение итогового (зачетного) теста			ЗТ	20			
			Всего по контрольной точке (аттестации) 2	16	40		100			
			Зачет			З				
			Общий объем работы по дисциплине	32	76		100			

Информационное обеспечение:

№ (код)	Основная учебная литература (ОСН)	№ (код)	Название электронного ресурса (ЭР)	Адрес ресурса
ОСН 1	Голова, Анна Георгиевна. Управление продажами : учеб. / А. Г. Голова. — Москва: Дашков и К, 2017. — 280 с. — Библиогр.: с. 276-277. — ISBN 978-5-394-01975-3. Схема доступа: https://e.lanbook.com/book/93527	ЭР 1	Справочно-правовая система КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/
ОСН 2	Голова, А. Г. Управление продажами: учебник / А. Г. Голова. — Москва: Дашков и К, 2017. — 280 с. — ISBN 978-5-394-01975-3. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/93527 . — Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/93527/#1	ЭР 2	Университетская информационная система Россия	http://www.cir.ru
ОСН 3	Дрёмова, Ю. Г. Управление продажами: практические ситуации для анализа: учебное пособие / Ю. Г. Дрёмова, А. А. Букова. — Москва: Научный консультант, 2018. — 60 с. — ISBN 978-5-6040573-4-6. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/111833 (дата обращения: 23.10.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	ЭР 3	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	https://elibrary.ru
№ (код)	Дополнительная учебная литература (ДОП)	ЭР 4	Электронно-библиотечная система «Лань»	https://e.lanbook.com/
ДОП 1	Портных, В. В. Стратегия бизнеса : учебное пособие / В. В. Портных. — Москва: Дашков и К, 2017. — 276 с. — ISBN 978-5-394-01961-6. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/93410 (дата обращения: 10.05.2020). — Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/93410/#1	ЭР 5	Юрайт, Электронно-библиотечная система (ЭБС)	https://www.biblio-online.ru
ДОП 2	Меликян, О. М.. Поведение потребителей [Электронный ресурс] / Меликян О. М. — 4-е, изд.. — Москва: Дашков и К, 2016. — 280 с. — Книга из коллекции Дашков и К — Экономика и менеджмент. — ISBN 978-5-394-01043-9. Схема доступа: https://e.lanbook.com/book/93311 (контент)	ЭР 6	НТБ ТПУ	http://www.lib.tpu.ru
ДОП 3	Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие [Электронный ресурс] / Дробышева Л. А. — 5-е изд. — Москва: Дашков и К, 2017. — 152 с. — Книга из коллекции Дашков и К — Экономика и менеджмент. — ISBN 978-5-394-02732-1. Схема доступа: https://e.lanbook.com/book/93471 (контент)			