

**БИБЛИОГРАФИЧЕСКАЯ СПРАВКА ПО ТЕМЕ: «
СОВРЕШЕНСТВОВАНИЕ ПРОДАЖ
ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ»**

1. Асланов, Т. А. Арифметика продаж. Руководство по управлению продавцами [Электронный ресурс] / Т. А. Асланов. – Электрон. дан. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 141 с. – Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=62261, свободный. – Загл. с экрана.

2. Ахметова, А. Р. Разработка технологии сбыта и реализация продукции [Электронный ресурс] / А. Р. Ахметова // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2013. – № 5. – С. 230-237. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-tehnologii-sbyta-i-realizatsiya-produktsii#ixzz4BWXzGSps>, свободный. – Загл. с экрана.

3. Беккалиева, Н. К. Формирование стратегии сбыта продукции в деятельности промышленных и агропромышленных предприятий [Электронный ресурс] / Н. К. Беккалиева // Вестн. Казанского гос. аграр. ун-та. – 2013. – № 1. – С. 8-13. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/view/journal/247667>, свободный. – Загл. с экрана.

4. Влияние управления сбытом готовой продукции на экономическую устойчивость работы предприятия [Электронный ресурс] // Производственный менеджмент : образовательный сайт Л. В. Бармашовой. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://barmashova.ru/mater_tehnich_snabgenie/uprav_sbitom, свободный. – Загл. с экрана.

5. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг. Эффективная организация продаж / Ю. А. Захарова. – М. : Дашков и К, 2011. – 134 с.

6. Кузнецова, Т. Е. Стимулирование сбыта как элемент комплекса продвижения товара [Электронный ресурс] / Т. Е. Кузнецова // Вестн. Волжского ун-та им. В. Н. Татищева. – 2013. – № 1. – . – Электрон. данные. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/stimulirovanie-sbyta-kak-element-kompleksa-prodvizheniya-tovara#ixzz4BWF5nSlf>, свободный. – Загл. с экрана.

7. Кузнецова, Т. Е. Содержание и мероприятия программы стимулирования сбыта продукции предприятия [Электронный ресурс] / Т. Е. Кузнецова, Л. В. Марабаева // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 8-1. – 235-239. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-i-meropriyatiya-programmy-stimulirovaniya-sbyta-produktsii-predpriyatiya#ixzz4BWEi2mtc>, свободный. – Загл с экрана.

8. Лукич, Р. М. Управление продажами [Электронный ресурс] / Р. М. Лукич. – Электрон. дан. – М. : Альпина Паблицер, 2013. – 216 с. – Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=32403, свободный. – Загл. с экрана.

9. Маркова, Н. С. СПИН-метод в практике продаж / Н. С. Маркова, Ю. И. Зорькина // От теории к практике – через учебно-научную деятельность : материалы. межвуз. науч.-практ. конф. « Наука: теория и практика в жизни студента» (Хабаровск, 24 апр. 2014 г.). – Хабаровск : Рос. ун-т кооперации, 2014. – С. 39-45.

10. Олейник, К. Всё об управлении продажами [Электронный ресурс] / К. Олейник, С. Иванова, Д. Болдогоев. – Электрон. дан. – М. : Альпина Паблицер, 2011. – 336 с. – Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=32502, свободный. – Загл. с экрана.

11. Рогов, В. Р. Управление сбытом готовой продукции промышленного предприятия с использованием интернет-канала распределения [Электронный ресурс] / В. Р. Рогов, А. Б. Николаев // Наука и

образование: науч. изд. МГТУ им. Н. Э. Баумана. – 2012. – № 10. – С. 275-286. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-sbytom-gotovoy-produktsii-promyshlennogo-predpriyatiya-s-ispolzovaniem-internet-kanala-raspredeleniya#ixzz4BWUciFJR>, свободный. – Загл. с экрана.

12. Руденко, И. В. Управление продажами: истоки, сущность, подходы [Электронный ресурс] / И. В. Руденко // Вестн. Омского ун-та. Сер. Экономика. – 2012. – № 4. – С. 21-29. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-prodazhami-istoki-suschnost-podhody#ixzz4BWJRnIz2>, свободный. – Загл. с экрана.

13. Рязанцев, Э. В. Стимулирование продаж как составляющая маркетинга коммерческой организации [Электронный ресурс] / Э. В. Рязанцев // Вест. Алтайского гос. аграр. ун-та. – 2012. – № 8, т. 94. – С. 143-146. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/stimulirovanie-prodazh-kak-sostavlyayuschaya-marketinga-kommercheskoy-organizatsii#ixzz4BWFke3mX>, свободный. – Загл. с экрана.

14. Семаков, С. Л. Прогнозирование и управление продажами в торговых сетях / С. Л. Семаков, А. С. Семаков. – М. : ФИЗМАТЛИТ, 2012. – 144 с.

15. Ходыревская, В. Н. Повышение эффективности управления сбытом готовой продукции на сельскохозяйственном предприятии [Электронный ресурс] / В. Н. Ходыревская, И. В. Припадчева, Е. Н. Заикин // Вестн. Курской гос. с.-х. акад. – 2014. – № 6. – . – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/povyshenie-effektivnosti-upravleniya-sbytom-gotovoy-produktsii-na-selskohozyaystvennom-predpriyatii#ixzz4BWVxiDA1>, свободный. – Загл. с экрана.

16. Шилько, И. С. Совершенствование управления системой сбыта продукции предприятия на основе взаимодействия маркетинга и логистики

[Электронный ресурс] / И. С. Шилько / Перспективы науки и образования. – 2013. – № 2. – С. 164-171. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-upravleniya-sistemoy-sbyta-produktsii-predpriyatiya-na-osnove-vzaimodeystviya-marketinga-i-logistiki#ixzz4BWIKFgBg>, свободный. – Загл. с экрана.

17. Щипанов, Д. А. Влияние сетевой организации на эффективность компании / Д. А. Щипанов // Рос. предпринимательство. – 2011. – № 3, вып. 1. – С. 49-53.

Марченко А. А.

14. 06. 2014г.

242 гр.