

Кузбасский гуманитарно-педагогический институт
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Кемеровский государственный университет»

Факультет информатики, математики и экономики

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета информатики,
математики и экономики

Фомина А.В. _____

«09» февраля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Б.1.В.ДВ.08.02 «Управление продажами»

(код и название дисциплины по учебному плану)

Направление

38.03.02 Менеджмент

(шифр, название направления)

Профиль подготовки

«Производственный менеджмент»

(название профиля)

Программа прикладного бакалавриата

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

очная, заочная

год набора 2019

Новокузнецк 2023

Содержание

1 Цель дисциплины.....	3
1.1 Формируемые компетенции	3
1.2 Дескрипторные характеристики компетенций	3
2. Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации.....	5
3. Учебно-тематический план и содержание дисциплины	6
3.1 Учебно-тематический план.....	6
3.2 Содержание дисциплины	8
4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации.....	10
5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины.	12
5.1 Учебная литература	12
5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины	12
5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы. ...	13
6 Иные сведения и (или) материалы.	13
6.1 Материалы для текущей аттестации	13
6.2 Примерные вопросы и задания / задачи для промежуточной аттестации	14

1 Цель дисциплины

Формирование у будущего менеджера представлений о принципах и методах, методиках практического формирования и установления цены на товары, работы, услуги в рыночных условиях различными хозяйствующими субъектами.

В результате освоения данной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы компетенции основной профессиональной образовательной программы прикладного бакалавриата (далее - ОПОП): ПК– 7, ПК-9, ПК-19.

Содержание компетенций как планируемых результатов обучения по дисциплине см. таблицы 1

1.1 Формируемые компетенции

Таблица 1 - Формируемые дисциплиной компетенции

Наименование вида компетенции	Наименование категории (группы) компетенций	Код и название компетенции	
Профессиональная	Организационно-управленческая деятельность	ПК-7	владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ
Профессиональная	Информационно-аналитическая деятельность	ПК-9	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли
Профессиональная	Предпринимательская деятельность	ПК-19	владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками

1.2 Deskriptorные характеристики компетенций

Таблица 2 – Deskriptorные характеристики компетенций, формируемых дисциплиной

Код компетенции	Результаты освоения ООП Содержание компетенций	Дисциплины
-----------------	---	------------

ПК-7	Знать: – классификацию бизнес-планов; – понятие и виды контрактов и договоров; – понятие и виды проектов в сфере управления продажами. Уметь: – организовать и координировать поэтапную реализацию бизнес-планов; – согласовывать выполнение работ и проектов. Владеть: – навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений; – навыками организации работы в команде; – навыками контроля и оценки выполнения проекта.	Б1.Б.16 Методы принятия управленческих решений Б1.Б.26 Управление проектами Б1.В.07 Производственный менеджмент Б1.В.ДВ.04.01 Организация производства Б1.В.ДВ.04.02 Организация труда на промышленном предприятии Б1.В.ДВ.08.01 Коммерческая деятельность на предприятии Б1.В.ДВ.08.02 Управление продажами Б2.В.02(П) Производственная практика. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Б2.В.03(П) Производственная практика. Преддипломная практика Б3.Б.01(Д) Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты ФТД.01 Коррупция: причины, проявления, предотвращение
ПК-9	Знать: – риски в управлении продажами; – типы покупательского поведения; – мотивы совершения покупок потребителями; – факторы формирования спроса. Уметь: — анализировать поведение потребителей экономических благ; — прогнозировать объем продаж на основе анализа поведения потребителей; — анализировать факторы формирования спроса. Владеть: – методикой оценки потребительского поведения; – методиками оценки спроса; – навыками управления формированием спроса.	Б1.Б.11 Экономическая и социальная география Б1.Б.12 Институциональная экономика Б1.Б.14 Организационное поведение Б1.Б.18 Экономика организации Б1.В.03 Маркетинг на предприятии Б1.В.ДВ.01.01 Риск-менеджмент Б1.В.ДВ.01.02 Управление экономической безопасностью организаций и территорий Б1.В.ДВ.06.01 Управление рекламной деятельностью на предприятии Б1.В.ДВ.06.02 Интернет-маркетинг предприятий и организаций Б1.В.ДВ.08.01 Коммерческая деятельность на предприятии Б1.В.ДВ.08.02 Управление продажами Б2.В.01(У) Учебная практика. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков Б2.В.02(П) Производственная практика. Практика по получе-

		нию профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Б2.В.03(П) Производственная практика. Преддипломная практика Б3.Б.01(Д) Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты
ПК-19	Знать: – основные принципы бизнес-планирования; – основные факторы планирования продаж. Уметь: – организовывать и координировать деятельность по планированию продаж; – составлять прогнозы объемов продаж. Владеть: – навыками координации предпринимательской деятельности в сфере управления продажами..	Б1.Б.15 Менеджмент Б1.Б.21 Бизнес-планирование Б1.В.06 Организация и ведение предпринимательской деятельности Б1.В.ДВ.08.01 Коммерческая деятельность на предприятии Б1.В.ДВ.08.02 Управление продажами Б2.В.01(У) Учебная практика. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков Б2.В.02(П) Производственная практика. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Б2.В.03(П) Производственная практика. Преддипломная практика Б3.Б.01(Д) Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты

2. Объем и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **3** зачетных единиц (ЗЕТ), **108** академических часов.

Таблица 3 – Объем и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий/

Общая трудоемкость и виды учебной работы по дисциплине, проводимые в разных формах		Объем часов по формам обучения	
		ОФО	ЗФО
1 Общая трудоемкость дисциплины		108	108
2 Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)		32	16
Аудиторная работа (всего):		32	16
в том числе:			
лекции		16	8
практические занятия, семинары		16	8
практикумы			
лабораторные работы			
в интерактивной форме			
в электронной форме			
Внеаудиторная работа (всего):		76	88
в том числе, индивидуальная работа обучающихся с преподавателем			
подготовка курсовой работы /контактная работа ¹			
групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем)			
творческая работа (эссе)			
3 Самостоятельная работа обучающихся (всего)			
4 Промежуточная аттестация обучающегося -зачет			4

3. Учебно-тематический план и содержание дисциплины

3.1 Учебно-тематический план

Таблица 4 - Учебно-тематический план

№ п/ п	Раздел Дисциплины	Общая трудо- ёмкость (ча- сах)	Виды учебных занятий, включая самостоя- тельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				
			Учебная работа			Само- стоя- тель- ная работа	Формы текущего контроля успевае- мости
		Всего	лекции	ла- бо- ра- тор- ные	Прак- тика		
для очной формы обучения							
1	Место сбытовой деятель- ности в бизнес-модели фирмы	10	2	-	2	6	Устный опрос
2	Планирование и реализа- ция сбытовой	10	2		2	6	Устный опрос, до- клады

	деятельности						
3	Моделирование в сбытовой деятельности фирмы	14	2		2	10	Устный опрос
4	Исследование рынка и позиционирование в конкурентной среде	14	2		2	10	Устный опрос
5	Организация отдела продаж на фирме	14	2		2	10	Письменная работа, устный опрос
6	Характеристика и технологии розничной торговли. Мерчандайзинг как методика продажи товара в магазине	14	2		2	10	Письменная работа, устный опрос
7	Экономические показатели деятельности и налогообложение розничных фирм	14	2		2	10	Письменная работа, устный опрос
8	Рынок интернет-продаж. Продвижение товаров и услуг в интернете	18	2		2	14	Доклады, устный опрос.
	Форма промежуточного контроля						Примерный перечень вопросов к зачету
Итого		108	16		16	76	

для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел Дисциплины	Общая трудоёмкость (часов)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				
			Учебная работа			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	лекции	Практика	лабораторные		
1	Место сбытовой деятельности в бизнес-модели фирмы	9	-	1		8	Контрольная работа
2	Планирование и реализация сбытовой деятельности	12	1	1		10	
3	Моделирование в сбытовой деятельности фирмы	12	1	1		10	
4	Исследование рынка и позиционирование в конкурентной среде	12	1	1		10	
5	Организация отдела про-	14	1	1		12	

	даж на фирме						
6	Характеристика и технологии розничной торговли. Мерчандайзинг как методика продажи товара в магазине	14	1	1		12	
7	Экономические показатели деятельности и налогообложение розничных фирм	14	1	1		12	
8	Рынок интернет-продаж. Продвижение товаров и услуг в интернете	17	2	1		14	
	зачет	4					
Итого		108	8	8		88	

3. 2 Содержание дисциплины

Таблица 5 – Содержание дисциплины

№	Наименование раздела, тем дисциплины	Содержание занятия
Лекционные занятия		
1	Место сбытовой деятельности в бизнес-модели фирмы	Содержание сбытовой деятельности: функции сбыта, цели, задачи, сущность продаж. Понятие и классификация сбытовых стратегий, обоснование выбора стратегии продаж. Сбытовая и маркетинговая концепция фирмы. Концепция управления продажами. Account management - управление партнерством с клиентурой фирмы
2	Планирование и реализация сбытовой деятельности	Особенности разработки плана сбыта. Организация работы торгового персонала и оценка его работы. Методы мотивации торгового персонала.
3	Моделирование в сбытовой деятельности фирмы	Моделирование как способ экспериментального исследования. Понятие модели, классификация, цели и принципы моделирования. Этапы построения моделей. Математическое моделирование сбытовой деятельности. Предпосылки, этапы, требования к статистической информации. Информационные технологии в практике формирования и реализации сбытовой деятельности.
4	Исследование рынка и позиционирование в конкурентной среде	Понятие, принципы и методы исследования в системе продаж. Оценка факторов рыночной среды. Особенности проведения маркетинговых исследований в сфере продаж. Стратегии позиционирования. Выбор целевого сегмента.
5	Организация отдела продаж на фирме	Концептуальные модели управления в сфере продаж.. Типы организации отдела продаж на фирме. Сущность, место отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями фирмы.
6	Характеристика и технологии	Сетевая торговля и технологии розничной торговли. Франчайзинг. Способы и формы осуществления торговой

	розничной торговли. Мерчандайзинг как методика продажи товара в магазине	деятельности. Виды торговых объектов. Развитие собственных торговых марок. Концепция мерчандайзинга в розничной торговле: цель, задачи, правила. Визуальный мерчандайзинг. Товарный мерчандайзинг
7	Экономические показатели деятельности и налогообложение розничных фирм	Прибыль и рентабельность торговых организаций. Ценовые стратегии. Налогообложение розничных фирм. Упрощенная система налогообложения и система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности
8	Рынок интернет-продаж. Продвижение товаров и услуг в интернете	Интернет как новый канал сбыта. Модели осуществления покупок в интернете. Особенности организации продающих сайтов. Компоненты современного сайта. Поисковая оптимизация. Обеспечение безопасности для покупок в интернете и платежные системы. Сбор статистики и ключевые показатели эффективности. Товарные рекомендации. Реклама в интернете. Мобильные приложения как способ организации продаж. Роль посредников в привлечении интернет-покупателей. Рассылка электронных писем, блоги и социальные сети как способ организации продаж.
Практические занятия		
№	Наименование раздела, тем дисциплины	Содержание занятия
1	Место сбытовой деятельности в бизнес-модели фирмы	Устный опрос по темам: Концепция управления продажами. Account management - управление партнерством с клиентурой фирмы.
2	Планирование и реализация сбытовой деятельности	Устный опрос, доклады. УО по темам: Особенности разработки плана сбыта. Организация работы торгового персонала и оценка его работы. Методы мотивации торгового персонала
3	Моделирование в сбытовой деятельности фирмы	Устный опрос по темам: Моделирование как способ экспериментального исследования. Понятие модели, классификация, цели и принципы моделирования. Этапы построения моделей. Проектирование модели сбыта фирмы.
4	Исследование рынка и позиционирование в конкурентной среде	Устный опрос по темам.
5	Организация отдела продаж на фирме	Письменная работа по теме Типы организации отдела продаж на фирме, устный опрос.
6	Характеристика и технологии розничной торговли. Мерчандайзинг как методика продажи товара в магазине	Письменная работа, устный опрос по теме. Деловая игра «Презентация товара». Анализ основных составляющих процесса презентации.
7	Экономические показатели деятельности и налогообложение розничных фирм	Письменная работа по теме, Прибыль и рентабельность торговых организаций. Ценовые стратегии. Налогообложение розничных фирм. Устный опрос
8	Рынок интернет-продаж. Продвижение товаров и услуг в интернете	Доклады, устный опрос по темам: Интернет как новый канал сбыта. Модели осуществления покупок в интернете. Особенности организации продающих сайтов. Компоненты современного сайта. Поисковая оптимизация.

		Обеспечение безопасности для покупок в интернете и платежные системы. Разработка системы сбыта посредством интернета.
--	--	--

4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации

Для положительной оценки по результатам освоения дисциплины обучающемуся необходимо выполнить все установленные виды учебной работы. Оценка результатов работы обучающегося в баллах (по видам) приведена в таблице 6.

Таблица 6 - Балльно-рейтинговая оценка результатов учебной работы обучающихся по видам (БРС)

Учебная работа (виды)	Сумма баллов	Виды и результаты учебной работы	Оценка в аттестации	Баллы (16 недель)
Текущая учебная работа ОФО				
ОФО Текущая учебная работа в семестре (посещение заня- тий по расписа- нию и выполне- ние заданий)	80 (100% /баллов приве- денной шкалы)	Лекционные занятия	0,5 балла посещение 1 лекционного занятия	4
		Практические занятия		
		Тема 1	Устный опрос, практические работы, ре- шение кейсов	5-10
		Тема 2	Устный опрос, решение кейсов	5-10
		Тема 3	Устный опрос, тестирование	5-10
		Тема 4	Устный опрос, решение кейсов, тестирова- ние	5-10
		Тема 5	Устный опрос, решение кейсов	5-10
		Тема 6	Устный опрос, решение кейсов	4-8
		Тема 7	Устный опрос, решение кейсов	5-8
		Тема 8	Устный опрос, решение кейсов	5-8
		Тема 9	Устный опрос, решение кейсов	5-8
		Тема 10	Устный опрос, решение кейсов	5-8
		Тема 11	Устный опрос, практические работы, ре- шение кейсов	1-10
Текущая учебная работа ЗФО				
ЗФО Текущая учебная работа в семестре (выполнение са- мостоятельных конспектов, кон- трольной работы и теста)	60 (100% /баллов приве- денной шкалы)	Конспекты тем, выно- симых на самостоятель- ное изучение- 6 тем (рукописные).	2 балла за частичное раскрытие темы 3 балла за более полное раскрытие темы 4 балла за полное раскрытие темы	12-24
		Контрольная работа по курсу	За одно задание от 4 до 8: 4 балла (выполнено частично с ошибками) 6 баллов (выполнено с недочетами) 8 баллов (выполнено полностью верно)	24-48
		Итоговый тест	15-19 балла (51 - 65% правильных ответов) 20-25 баллов (66 - 84% правильных ответов) 26-30 баллов (85 - 100% правильных ответов)	15-30
Итого по текущей работе в семестре				51 - 100

Промежуточная аттестация				
Промежуточная аттестация (экзамен)	40 (100% /баллов приведенной шкалы)	Вопрос 1.	5 баллов (пороговое значение) 10 баллов (максимальное значение)	9 - 18
		Вопрос 2.	5 баллов (пороговое значение) 10 баллов (максимальное значение)	11 – 22
Итого по промежуточной аттестации (экзамен)				20-40
Суммарная оценка по дисциплине: Сумма баллов текущей и промежуточной аттестации				51 – 100 б.

Итоговая оценка выставляется в ведомость согласно следующему правилу (таблица 7):

Таблица 7. Оценка уровня сформированности компетенций в промежуточной аттестации

Таблица 6. Оценка уровня усвоения дисциплины и компетенций

Критерии оценивания компетенции	Уровень усвоения дисциплины и компетенций	Итоговая оценка		Сумма баллов по 100-балльной шкале
		Экзамен /зачет с оценкой	зачет	
		Буквенный эквивалент / оценка	Буквенный эквивалент	
Обучающийся не владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, демонстрирует отрывочные знания, не способен решать практические профессиональные задачи, допускает множественные существенные ошибки в ответах, не умеет интерпретировать результаты и делать выводы.	первый	Неудовлетворительно / 2	Не зачтено	Менее 51 балла
Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, фрагментарно способен решать практические профессиональные задачи, допускает несколько существенных ошибок решениях, может частично интерпретировать полученные результаты, допускает ошибки в выводах.	пороговый	Удовлетворительно / 3	Зачтено	51-65
Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, грамотно излагает материал, способен решать практические профессиональные задачи, но допускает отдельные несущественные ошибки в интерпретации результатов и выводах.	повышенный	Хорошо / 4		66-85
Обучающийся в полной мере владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, грамотно излагает материал, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических профессиональных задач. Правильно интерпретирует полученные результаты и делает обоснованные выводы.	продвинутый	Отлично/ 5		86-100

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

5.1 Учебная литература

Основная литература

1. **Управление продажами:** учебник / под общ. ред. проф. С.В. Земляк. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 300 с. — режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?pid=1019525>. ISBN 978-5-9558-0531-3
2. Голова А.Г. **Управление продажами:** Учебник / Голова А.Г. - М.: Дашков и К, 2020. - 278с. — режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=358535>. ISBN 978-5-394-03902-7

Дополнительная литература

1. Кузнецов, И.Н. Управление продажами: Учебно-практическое пособие / И.Н. Кузнецов. - М.: Дашков и К, 2016. - 492 с.
2. Синяева, И. М. Маркетинг: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018 - 495 с.
3. Ильин, В. И. Социология потребления: учебник для академического бакалавриата / В. И. Ильин. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018 - 455 с.
4. Джоббер Д. Продажи и управление продажами. - [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для вузов / Д. Джоббер, Дж. Ланкастер. - М: ЮНИТИ-ДАНА, 2015 - [http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114548]
5. Коммерческая деятельность: учебник для бакалавров / Синяева И.М., Романенкова О.Н., Земляк С.В., Синяев В.В.- М.: Издательство Юрайт, 2014 - 506 с.

5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Учебные занятия по дисциплине проводятся в учебных аудиториях НФИ КемГУ (таблица 8).

Таблица 8 – Материально-технические условия реализации дисциплины

Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
Управление продажами	402 Учебная аудитория (мультимедийная) для проведения: -занятий лекционного типа; - семинарского (практического) типа; - групповых и индивидуальных консультаций; - текущего контроля и промежуточной аттестации. Специализированная (учебная) мебель: доска меловая, кафедра, столы, стулья. Оборудование: стационарное - компьютер, проектор, акустическая система, доска интерактивная. Используемое программное обеспече-	654079, Кемеровская область, г. Новокузнецк, пр-кт Metallургов, д. 19 654079, Кемеровская область, г. Новокузнецк, пр-кт Metallургов, д. 19

	печение: MSWindows (Microsoft Imagine Premium 3 year по сублицензионному договору № 1212/KMP от 12.12.2018 г. до 12.12.2021 г.), LibreOffice (свободно распространяемое ПО), Яндекс.Браузер (отечественное свободно распространяемое ПО), ПО интерактивной доски SmartNotebook (ключ лицензии по серийному номеру оборудования). Интернет с обеспечением доступа в ЭИОС.	
--	--	--

5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

- 1 Официальный сайт Росстата www.gks.ru
- 2 База данных исследовательской компании CRG (CapitalResearchGroup), входящей в холдинг "Names" - www.crg.li
- 3 <http://www.budgetrf.ru> - Мониторинг экономических показателей;
- 4 <http://www.businesspress.ru> - Деловая пресса;

6 Иные сведения и (или) материалы.

6.1 Материалы для текущей аттестации

Темы докладов, рефератов, контрольных работ для 30

- 1 Особенности продаж на промышленном и розничном рынках.
- 2 Управление продажами и факторы рыночной среды.
- 3 Процесс управления продажами в системе маркетинга.
- 4 Место продаж в маркетинговом плане предприятия
- 5 Назначение и характеристики квот продаж.
- 6 Субъективные (качественные) и объективные (количественные) методы прогнозирования продаж.
- 9 Бюджет продаж и его оценка.
- 10 Организация продаж ключевым клиентам предприятия. Продажи на основе взаимоотношений.
- 11 Управление формированием и взаимодействием с клиентской базой.
- 12 Назначение партнерской сети и принципы управления ей.
- 13 Организационная культура товарных продаж.
- 14 Этика торгового персонала и этикет в торговых отношениях.
- 15 Мотивация как важнейший компонент успешной продажи.
- 16 Социально-психологические аспекты продаж.
- 17 Стрессы при продажах, пути их преодоления.
- 18 Электронная коммерция как инновационная форма организации продаж.
- 19 Бизнес-модели электронных продаж.
- 20 Основные методы организации розничных продаж в сети Интернет.
- 21 Методы продажи товаров на основе принципов и технологий мерчандайзинга.
- 22 Особенности расположения отдела организационной структуре дистрибьютора-поставщика.
- 23 Мерчандайзинговый подход к управлению товарными категориями.
- 24 Мерчандайзинг и категорийный менеджмент

6.2 Примерные вопросы и задания / задачи для промежуточной аттестации

Таблица 9 - Примерные теоретические вопросы и практические задания / задачи к зачету

Разделы и темы	Примерные теоретические вопросы
Место сбытовой деятельности в бизнес-модели фирмы	1. Содержание сбытовой деятельности: функции сбыта, цели, задачи, сущность продаж. 2. Понятие и классификация сбытовых стратегий, обоснование выбора стратегии продаж. 3. Сбытовая и маркетинговая концепция фирмы. 4. Концепция управления продажами. Account management - управление партнерством с клиентурой фирмы
Планирование и реализация сбытовой деятельности	5. Особенности разработки плана сбыта. 6. Организация работы торгового персонала и оценка его работы. 7. Методы мотивации торгового персонала.
Моделирование в сбытовой деятельности фирмы	8. Моделирование как способ экспериментального исследования. 9. Понятие модели, классификация, цели и принципы моделирования. 10. Этапы построения моделей. 11. Математическое моделирование сбытовой деятельности. 12. Предпосылки, этапы, требования к статистической информации. 13. Информационные технологии в практике формирования и реализации сбытовой деятельности.
Исследование рынка и позиционирование в конкурентной среде	14. Понятие, принципы и методы исследования в системе продаж. 15. Оценка факторов рыночной среды. 16. Особенности проведения маркетинговых исследований в сфере продаж. 17. Стратегии позиционирования. Выбор целевого сегмента.
Организация отдела продаж на фирме	18. Концептуальные модели управления в сфере продаж.. Типы организации отдела продаж на фирме. 19. Сущность, место отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями фирмы.
Характеристика и технологии розничной торговли. Мерчандайзинг как методика продажи товара в магазине	20. Сетевая торговля и технологии розничной торговли. 21. Франчайзинг. 22. Способы и формы осуществления торговой деятельности. 23. Виды торговых объектов. 24. Развитие собственных торговых марок 25. . Концепция мерчандайзинга в розничной торговле: цель, задачи, правила. 26. Визуальный мерчандайзинг. 27. Товарный мерчандайзинг
Экономические показатели деятельности и налогообложение розничных фирм	28. Прибыль и рентабельность торговых организаций. 29. Ценовые стратегии. 30. Налогообложение розничных фирм. 31. Упрощенная система налогообложения и система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности
Рынок интернет-продаж. Продвижение товаров и услуг в интернете	32. Интернет как новый канал сбыта. 33. Модели осуществления покупок в интернете. 34. Особенности организации продающих сайтов. 35. Компоненты современного сайта. 36. Поисковая оптимизация.

	37. Обеспечение безопасности для покупок в интернете и платежные системы. 38. Сбор статистики и ключевые показатели эффективности. 39. Товарные рекомендации. Реклама в интернете. Мобильные приложения как способ организации продаж. 40. Роль посредников в привлечении интернет-покупателей. 41. Рассылка электронных писем, блоги и социальные сети как способ организации продаж.
--	---

Сведения о разработке и утверждении рабочей программы дисциплины

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.08.02 «Управление продажами» составлена в соответствии с ФГОС ВО и утверждена в комплекте с ОПОП направления **38.03.02 Менеджмент**.

Составитель: Е.В. Павленко, старший преподаватель кафедры экономики и управления