

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.06.02

Управление бытовой деятельностью

(Индекс дисциплины)

(Наименование дисциплины)

Кафедра: **29** Менеджмента

Код

Наименование кафедры

Направление подготовки:

38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки:

Креативный менеджмент в дизайне и моде

Уровень образования:

Бакалавриат

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Очно-заочное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Всего	144		144
	Аудиторные занятия	51		16
	Лекции	34		8
	Лабораторные занятия			
	Практические занятия	17		8
	Самостоятельная работа	57		119
	Промежуточная аттестация	36		9
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	6		7
	Зачет			
	Контрольная работа			7
	Курсовой проект (работа)			
Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)		4		4

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная						4						
Очно-заочная												
Заочная						1	3					

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования

по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

На основании учебных планов №

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре образовательной программы

Блок 1: Базовая Обязательная Дополнительно является факультативом
 Вариативная По выбору

1.2. Цель дисциплины

Сформировать компетенции обучающегося в области сбытовой деятельности, позволяющей обеспечить эффективное формирование стратегии сбыта промышленной продукции предприятий, в том числе через систему мотивации сбытового персонала

1.3. Задачи дисциплины

- усвоение теоретических основ сбытовой деятельности и получение базовых знаний в постановке задач, решаемых в области сбыта промышленной продукции;
- овладение основными подходами в разработке стратегии сбыта и ее основных элементов;
- изучение организационных структур сбытовых служб;
- понимание роли персонала в организации процесса сбыта и способов его мотивации для достижения поставленных показателей продаж

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ПК-17	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	третий
Планируемые результаты обучения Знать: Методы технико-экономического анализа показателей работы организации и ее подразделений Уметь: Осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию планов производственно-хозяйственной деятельности структурного подразделения (отдела, цеха) промышленной организации Владеть: Подготовкой предложений по конкретным направлениям изучения рынка с целью определения перспектив развития организации, осуществление координации проведения исследований, направленных на повышение эффективности его производственно-хозяйственной деятельности		

1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

Управление качеством, Стратегический менеджмент, Маркетинг, Создание собственного дела, Управление стоимостью компаний

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Учебный модуль 1. Содержание коммерческой деятельности предприятия по сбыту			
Тема 1. Сущность и цели сбыта. Понятие сбыта, его характеристики. Цели сбыта. Субъекты и объекты. Роль и значение сбытовой деятельности. Сбыт как сфера деятельности, охватывающая продажи продукции и предоставление услуг предприятиями-производителями.	8		10
Тема 2. Функции коммерческой деятельности производственного предприятия по сбыту.	10		10

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Классификация сбытовых функций. Основные и вспомогательные функции и их характер. Обеспечивающие функции. Функции коммерческой деятельности производственного предприятия по сбыту			
Тема 3. Изучение и формирование спроса Спрос и товарный рынок. Структура спроса и конъюнктура товарного рынка. Формирование спроса. Стратегия продвижения и стимулирование сбыта. Виды сбыта. Коммуникационная стратегия продвижения. Содержание стратегии продвижения. Коммуникационный комплекс продвижения. Стимулирование сбыта.	12		12
Текущий контроль 1 (опрос)	2		
Учебный модуль 2. Сбытовая система производственного предприятия			
Тема 4. Форма, методы и организация системы сбыта (лекция-диалог) Формы сбыта. Виды сбытовых систем в зависимости от формы сбыта. Сложные системы сбыта. Виды координированных вертикальных систем сбыта. Горизонтальная сбытовая система. Выбор, формирование и организация сбытовой системы. Методы сбыта. Организация системы сбыта.	10		10
Тема 5. Дизайн канала распределения. Каналы сбыта. Сбытовая сеть. Конкуренция в сбытовой сети. Типы канала сбыта. Разработка канала распределения. Сущность и проблематика управления в канале. Оценка эффективности работы посредников	12		10
Тема 6. Взаимодействие предприятия-производителя и потребителя в канале. Организация и формирование одноуровневых каналов. Организация работы с клиентской базой. Основные проблемы в работе с оптовыми и розничными потребителями. Сущность и проблематика фирменных розничных продаж. Проблемы управления в многоуровневых каналах.	10		10
Тема 7. Сбытовая стратегия производственного предприятия. Основные элементы стратегии сбыта. Стратегия управления, стратегия охвата и стратегия проникновения (продвижения). Подходы к реализации стратегий. Направления мероприятий по стимулированию сбыта. Разработка стратегии сбыта.	10		10
Текущий контроль 2 (опрос)	2		
Учебный модуль 3. Управление сбытом			
Тема 8. Организация коммерческой деятельности по сбыту. Организационные структуры сбытовых служб, их виды и степень адаптации к задачам сбыта. Типы организационных структур службы сбыта и их содержание. Организации управления сбытовой деятельностью предприятия. Формирование плана развития сбыта. Порядок разработки плана продаж.	10		13
Тема 9. Планирование коммерческой деятельности по сбыту. Этапы планирования коммерческой деятельности по сбыту. Корпоративная миссия и конкурентная стратегия. Характеристика конкурентного преимущества. Природа конкурентного преимущества. Основа конкурентного преимущества. Влияние на предприятие. Стратегия конкурентного преимущества предприятия. Стратегии роста производственного предприятия.	12		14
Тема 10. Сбытовая политика производственного предприятия Направления сбытовой политики. Оценка товарного рынка. Основные факторы формирования ценовой политики. Анализ сбытовой деятельности.	8		10
Контрольная работа	-		20
Текущий контроль 3 (опрос)/Контрольная работа	2		6
Промежуточная аттестация по дисциплине (экзамен)	36		9
ВСЕГО:	144		144

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	6	2			6	1
2	6	2			6	1
3	6	4			6	2
4	6	4			7	-
5	6	4			7	1
6	6	2			7	1
7	6	4			7	-
8	6	4			7	-
9	6	4			7	1
10	6	4			7	1
ВСЕГО:		34				8

3.2. Практические и семинарские занятия

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	Субъекты и объекты сбыта (семинар)	6	1			6	1
2	Определение функциональных обязанностей работников службы сбыта (дискуссия)	6	2			6	2
3	Изучение и формирование спроса (разбор конкретных ситуаций)	6	2			6	1
4	Организация системы сбыта (дискуссия)	6	2			7	-
5	Построение канала распределения (разбор конкретных ситуаций)	6	2			7	1
7	Коммуникационные стратегии продвижения (разбор конкретных ситуаций)	6	2			7	1
8	Организация коммерческой деятельности по сбыту. (разбор конкретных ситуаций)	6	2			7	1
9	Планирование коммерческой деятельности по сбыту (разбор конкретных ситуаций)	6	2			7	0,5
10	Сбытовая политика производственного предприятия (разбор конкретных ситуаций)	6	2			7	0,5
ВСЕГО:			17				8

3.3. Лабораторные занятия (не предусмотрены)

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

(не предусмотрено)

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера учебных	Форма	Очное обучение	Очно-заочное обучение	Заочное обучение
----------------	-------	----------------	-----------------------	------------------

модулей, по которым проводится контроль	контроля знаний	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1	Опрос	6	1				
2	Опрос	6	1				
3	Опрос	6	1				
1-3	Контрольная работа					7	1

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	-	-			6	20
Усвоение теоретического материала	6	27			7	50
Подготовка к практическим (семинарским) и лабораторным занятиям	-	-			6	8
Подготовка к практическим (семинарским) и лабораторным занятиям	6	30			7	21
Выполнение контрольной работы					7	20
Подготовка к экзаменам ³	6	36			7	9
ВСЕГО:		93				128

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых инновационных форм учебных занятий

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Лекции	Лекция-диалог	2		
Практические и семинарские занятия	Дискуссия	4		2
ВСЕГО:		6		2

7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
1	Аудиторная активность: посещение лекций и практических (семинарских) занятий,	20	2 балла за каждое занятие (всего 25 занятий в семестре), максимум 50 баллов ; 20 баллов за участие в диалоге на лекции, максимум 20 баллов ; 15 баллов за активное участие в дискуссии, максимум 30 баллов
2	Участие в опросе	20	25 баллов за каждый правильный ответ на вопрос текущего контроля (всего 4 вопроса: текущий контроль 1 – один вопрос, текущий контроль – два вопроса, текущий контроль 3 – один вопрос), максимум 100 баллов
4	Сдача экзамена	60	Ответ на теоретический вопрос (полнота, владение терминологией, затраченное время) – максимум 60 баллов ; (2 вопроса. 30 баллов за каждый правильный ответ на вопрос);

		Выполнение практического задания (одно практическое задание) – максимум 40 баллов
Итого (%):	100	

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале
86 - 100	5 (отлично)
75 – 85	4 (хорошо)
61 – 74	
51 - 60	
40 – 50	3 (удовлетворительно)
17 – 39	2 (неудовлетворительно)
1 – 16	
0	

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Дрёмова Ю.Г. Управление продажами. Практические ситуации для анализа [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов направления подготовки 38.04.02. «Менеджмент»/ Дрёмова Ю.Г., Букова А.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Научный консультант, 2018.— 60 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80801.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Федорова Л. А. Организация промышленной коммерции [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Л. А. Федорова, О. В. Жикина. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2017. – 101 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2017555, по паролю.
3. Федорова, Л. А. Управление продажами [Электронный ресурс]: учебное пособие /Л. А. Федорова, О. С. Данилова. – СПб.: СПГУТД, 2015. – 85 с. - Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3307, по паролю.

б) дополнительная учебная литература

1. Кузнецов И.Н. Управление продажами [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие для бакалавров/ Кузнецов И.Н.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2018.— 492 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85719.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Лукич Р.М. Управление продажами [Электронный ресурс]/ Лукич Р.М.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Альпина Паблишер, 2020.— 216 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/96863.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Смирнова И.Ю. Управление продажами [Электронный ресурс]: методическое пособие (курс лекций)/ Смирнова И.Ю.— Электрон. текстовые данные.— Симферополь: Университет экономики и управления, 2018.— 186 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86421.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Управление сбытовой деятельностью [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Федорова Л. А., Жикина О. В. — СПб.: СПбГУПТД, 2017.— 36 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017562, по паролю.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Спицкий С. В. Эффективная аудиторная и самостоятельная работа обучающихся: методические указания / С. В. Спицкий. — СПб.: СПбГУПТД, 2015. – Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2015811, по паролю

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/>
2. Информационные ресурсы сети «Интернет», необходимые для освоения дисциплины.
 - 2.1. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru/>;
 - 2.2. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Windows 10, OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Стандартно оборудованная аудитория
2. Компьютер

8.6. Иные сведения и (или) материалы

**9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
Лекции	<p>Лекции обеспечивают теоретическое изучение дисциплины. На лекциях излагается основное содержание курса, иллюстрируемое конкретными примерами.</p> <p>Освоение лекционного материала обучающимся предполагает следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проработка рабочей программы в соответствии с целями и задачами, структурой и содержанием дисциплины; • конспект лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы и формулировки; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. • проверка терминов, понятий: осуществлять с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь; • работа с теоретическим материалом (конспектирование источников): найти ответ на вопросы в рекомендуемой литературе. <p>Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации или на практическом занятии.</p>
Практические занятия	<p>На практических занятиях (семинарах) разъясняются теоретические положения курса. Студенты работают с конкретными ситуациями, овладевают навыками сбора, анализа и обработки информации для принятия самостоятельных решений. Овладевают навыками работы в малых группах; развивают организаторские способности по подготовке коллективных проектов.</p> <p>Подготовка к практическим занятиям предполагает следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • работа с конспектом лекций; • подготовка ответов к контрольным вопросам; • просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.).
Лабораторные занятия	<i>отсутствуют</i>
Самостоятельная работа	<p>Предполагает расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и другим источникам информации. Самостоятельная работа выполняется индивидуально.</p> <p>При подготовке к зачету необходимо ознакомиться с перечнем вопросов и заданий, проработать конспекты лекций и практических занятий, изучить рекомендуемую литературу, получить консультацию у преподавателя, подготовить презентацию материалов.</p>

**10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

10.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

10.1.1. Показатели оценивания компетенций на этапах их формирования

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
ПК-19/ второй этап	<p>Описывает структуру товарного рынка. Раскрывает этапы изучения поведения потребителей</p> <p>Осуществляет контроль продвижения продукции по каналам распределения. Оценивает эффективность работы посредников. Изучает модель процесса и факторы влияния поведения потребителей</p> <p>Разрабатывает мероприятия по формированию спроса и стимулирования сбыта. Организует взаимодействие предприятия-производителя и потребителя в одноуровневом и многоуровневом каналах распределения</p>	<p>Устное собеседование</p> <p>Практическое задание</p>	<p>Перечень вопросов для собеседования (50 вопросов)</p> <p>Перечень заданий (10 задач)</p>

10.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Критерии оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций	
		Устное собеседование	Письменная работа
86 - 100	5 (отлично)	<p>Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	<p>Ошибки отсутствуют. Качество исполнения всех элементов полностью соответствует предъявляемым требованиям.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>
75 – 85	4 (хорошо)	<p>Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	<p>Ошибки отсутствуют. Все элементы освещены в необходимой полноте и с требуемым качеством.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>
61 – 74		<p>Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	<p>Выполнено в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>
51 – 60	3 (удовлетворительно)	<p>Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	<p>Выполнено полностью, но есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления низкое.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>
40 – 50		<p>Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При</p>	<p>Выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками</p>

		понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	ками. При этом нарушены правила оформления. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незначительная часть принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Выполнено полностью, но многочисленными грубыми ошибками. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
1 – 16		Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Практическое задание не выполнено. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
0		Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

10.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

10.2.1. Перечень вопросов, разработанный в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Формулировка вопросов	№ темы
1	Понятие, цели сбыта и его характеристики	1
2	Субъекты и объекты сбытовой деятельности	1
3	Роль и значение сбытовой деятельности	1
4	Классификация сбытовых функций.	2
5	Основные и вспомогательные функции и их характер.	2
6	Содержание обеспечивающих функций и ее характер	2
7	Функции коммерческой деятельности производственного предприятия по сбыту	2
8	Спрос и товарный рынок	3
9	Структура спроса и конъюнктура товарного рынка	3
10	Формирование спроса.	3
11	Стратегия продвижения и стимулирование сбыта.	3
12	Виды сбыта	3
13	Коммуникационная стратегия продвижения и ее содержание	3
14	Коммуникационный комплекс продвижения	3
15	Стимулирование сбыта	3
16	Формы сбыта	4
17	Виды сбытовых систем в зависимости от формы сбыта	4
18	Выбор, формирование и организация сбытовой системы	4
19	Методы сбыта	4
20	Организация системы сбыта	4
21	Каналы сбыта и их характеристика	5
22	Сбытовая сеть и конкуренция в сбытовой сети	5
23	Разработка канала распределения	5
24	Сущность и проблематика управления в канале	5
25	Оценка эффективности работы посредников	5

26	Организация и формирование одноуровневых каналов	6
27	Организация работы с клиентской базой	6
28	Основные проблемы в работе с оптовыми и розничными потребителями.	6
29	Сущность и проблематика фирменных розничных продаж	6
30	Проблемы управления в многоуровневых каналах	6
31	Основные элементы стратегии сбыта.	7
32	Стратегия управления, стратегия охвата и стратегия проникновения (продвижения).	7
33	Подходы к реализации стратегий	7
34	Направления мероприятий по стимулированию сбыта	7
35	Разработка стратегии сбыта	7
36	Организационные структуры сбытовых служб.	8
37	Виды служб сбыта и степень их адаптации к задачам сбыта	
38	Типы организационных структур службы сбыта и их содержание.	8
39	Организация управления сбытовой деятельностью предприятия.	8
40	Формирование плана развития сбыта	8
41	Порядок разработки плана продаж	8
42	Этапы планирования коммерческой деятельности по сбыту	9
43	Корпоративная миссия и конкурентная стратегия	9
44	Характеристика и природа конкурентного преимущества	9
45	Стратегия конкурентного преимущества предприятия	9
46	Стратегии роста производственного предприятия	9
47	Направления сбытовой политики	10
48	Оценка товарного рынка	10
49	Основные факторы формирования ценовой политики.	10
50	Анализ сбытовой деятельности	10

Вариант тестовых заданий, разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций (не предусмотрено)

10.2.2. Перечень тем докладов (рефератов, эссе, пр.), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций (не предусмотрено)

Вариант типовых заданий (задач, кейсов), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Условия типовых заданий (задач, кейсов)	Ответ
1	<p>Задача. Емкость рынка, на котором представлена компания со своим фирменным товаром, составляет 150 тыс. шт. в год. Товар реализуется через 1,5 тыс. магазинов, 600 из которых продают фирменный товар компании. Эти 600 магазинов продают 90 тыс. шт. товара в год, причем 30 тыс. из них - фирменный товар компании.</p> <p>Вопрос: 1. Рассчитайте величину относительного покрытия рынка (ОПР) товаром компании. 2. Рассчитайте долю рынка (ДР), занимаемую этим товаром.</p>	<p>ОПР = 1,5; ДР = 20%.</p>
2	<p>Задача. Спрос на товар составляет несколько тысяч штук в месяц и ежемесячно растет на 60%.</p> <p>Вопрос. Сколько потребуются времени, чтобы спрос примерно удвоился, полагая, что существующая тенденция будет продолжаться?</p>	12 месяцев
3	<p>Задача. Имеются два производителя товаров (А и Б) и три потребителя товаров (№1, №2 и №3). Все эти элементы канала распределения действуют независимо. Каждый из производителей располагает определенным количеством товара: 60 тыс. ед. и 40 тыс.ед. Каждый потребитель готов приобрести определенную часть этого товара: 50 тыс.ед., 30 тыс.ед. и 20 тыс. ед. Относительная величина прибыли (эффективность) каждого из производителей следующая:</p>	Вертикальная организация каналов распределения более выгодна: производи-

	<p>производитель А при продаже товаров каждому из потребителей получает соответственно 16 тыс. р., 10 тыс.р. и 8 тыс.р. с каждого проданного изделия; производитель Б – соответственно 12 тыс.р., 18 тыс.р. и 6 тыс.р.</p> <p>Вопрос. Какая организация каналов распределения наиболее выгодна?</p>	<p>тели получают максимальную сумму прибыли</p>

10.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности), характеризующих этапы формирования компетенций

10.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче (экзамена, зачета и / или защите курсовой работы) и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 31.08.2013г., протокол № 1)

10.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная*

*В случае указания формы «Иная» требуется дать подробное пояснение

10.3.3. Особенности проведения экзамена

Экзамен состоит из двух частей:

- предварительное выполнение практического задания и письменное изложение ответов на два теоретических вопроса;
- устное собеседование с обучающимся.
- Обучаемому предоставляется разовая возможность при ответе на каждый теоретический вопрос и при решении практического задания воспользоваться своими конспектом лекций и записями материалов практических занятий.
- Время на выполнение практического задания и изложение двух теоретических вопросов – 45 минут, на ответ – 10 минут