

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«21» 02 2023 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.01.02 Управление сбытовой деятельностью

Учебный план: 2023-2024 38.03.02 ИБК Биз-админ и консал ОЗО №1-3-59.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:
(специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Бизнес-администрирование и консалтинг
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
3	УП	8	4	128	4	4	Зачет
	РПД	8	4	128	4	4	
Итого	УП	8	4	128	4	4	
	РПД	8	4	128	4	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970

Составитель (и):

кандидат технических наук, Доцент

Федорова
Анатольевна

Ларса

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента

Титова Марина
Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Титова Марина
Николаевна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 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

1.2 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

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Операционный менеджмент
- Теория организации
- Организация корпоративных коммуникаций

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-5: Способен внедрять кросс-функциональный процесс организации или административный регламент организации или их усовершенствование
Знать: Структуру товарного рынка
Уметь: Осуществлять контроль продвижения продукции по каналам распределения, оценивать эффективность работы посредников, изучать модель процесса и факторы влияния поведения потребителей
Владеть: Навыками организации взаимодействия предприятия-производителя и потребителя в одноуровневом и многоуровневом каналах распределения

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Содержание коммерческой деятельности предприятия по сбыту	3					С
Тема 1. Сущность и цели сбыта		1		12	ГД	
Тема 2. Функции деятельности предприятия по сбыту		1	1	12	ГД	
Тема 3. Изучение и формирование спроса		1		12	ГД	С,ДС
Раздел 2. Сбытовая система производственного предприятия						
Тема 4. Форма, методы и организация системы сбыта		1		12	ГД	
Тема 5. Сбытовая стратегия производственного предприятия		1	1	14	ГД	
Тема 6. Организация и планирование сбытовой деятельности		1	1	14	ИЛ	С,О
Тема 7. Управление дебиторской задолженностью				16	ГД	
Раздел 3. Управление каналами сбыта						С,О
Тема 8. Сущность каналов сбыта и их функции		1	10	ГД		
Тема 9. Виды участников канала сбыта	1		14	ГД		
Тема 10. Управление в канале сбыта	1		12	ГД		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	4	128		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине		12,25		128		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-5	<p>Описывает этапы процесса организации сбыта продукции, товаров и услуг.</p> <p>Раскрывает последовательность продвижения товаров по каналам распределения..</p> <p>Разрабатывает модель процесса и факторы влияния поведения посредников и оценивает эффективность их работы. Организует административный регламент процесса распределения товаров в каналах сбыта.</p>	<p>Вопросы устного собеседования</p> <p>Типовые практико-ориентированные задания</p>

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	<p>Ответ на теоретический вопрос по материалам лекций полный, с возможными несущественными</p>	

	<p>ошибками.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра</p>	
Не зачтено	<p>Ответ на теоретический вопрос не полный, с существенными ошибками.</p> <p>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 3	
1	Понятие, цели сбыта и его характеристики
2	Субъекты и объекты сбытовой деятельности
3	Роль и значение сбытовой деятельности
4	Классификация сбытовых функций
5	Спрос и товарный рынок
6	Структура спроса и конъюнктура товарного рынка
7	Формирование спроса
8	Стратегия продвижения и стимулирование сбыта
9	Виды сбыта
10	Коммуникационный комплекс продвижения
11	Стимулирование сбыта
12	Формы сбыта
13	Виды сбытовых систем в зависимости от формы сбыта
14	Организация системы сбыта
15	Каналы сбыта и их характеристика
16	Разработка канала распределения
17	Оценка эффективности работы посредников
18	Организация и формирование одноуровневых каналов
19	Проблемы управления в многоуровневых каналах
20	Модель поведения потребителей
21	Основные элементы стратегии сбыта
22	Подходы к реализации стратегий

23	Разработка стратегии сбыта
24	Организационные структуры сбытовых служб
25	Организация управления сбытовой деятельностью предприятия
26	Корпоративная миссия и конкурентная стратегия
27	Основные факторы формирования ценовой политики
28	Процесс планирования дебиторской задолженности
29	Анализ сбытовой деятельности
30	Сущность канала сбыта и роли участников
31	Функциональная структура канала сбыта
32	Участники канала сбыта
33	Формирование структуры канала
34	Поведение потребителей в контексте управления сбытом
35	Взаимодействия предприятия-производителя и потребителя в одноуровневом канале сбыта
36	Взаимодействия предприятия-производителя и потребителя в многоуровневом каналах сбыта

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задача 1.

Спрос на товар составляет несколько тысяч штук в месяц и ежемесячно растет на 60%.

Вопрос. Сколько потребуется времени, чтобы спрос примерно удвоился, полагая, что существующая тенденция будет продолжаться?

Задача 2.

Торговая фирма закупает товар по цене 195 р. за штуку и продает в количестве 1700 штук еженедельно по цене 235 р. Отдел сбыта по результатам маркетинговых исследований рекомендует на одну неделю понизить цену на 5%.

Задание. Рассчитать, сколько единиц товара нужно продать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне.

Задача 3.

Традиционно применяя затратный метод ценообразования, владелец небольшого магазина получает 20 % прибыли к затратам. Закупочная цена товара А - 2 р. за штуку, товара В - 20 р. за шт.. Объем закупок товара А - 2000 штук, товара В - 100 шт. Транспортные расходы - 2000 д.е. Стоимость аренды - 100 д.е. в день. Заработная плата продавца - 300 д.е. в неделю. Товар предполагается продать за неделю.

Требуется определить продажные цены товаров.

Задача 4.

Какое решение следует принять по выбору канала распределения согласно критерию эффективности?

Выбор из трех альтернатив:

1) канал нулевого уровня — расходы, связанные с содержанием собственной розничной торговой сети, составляют 150 млн р., издержки обращения — 100 млн р., прибыль от реализации товара — 500 млн р.;

2) одноуровневый канал (использование посредника розничной торговли) — издержки обращения — 60 млн р., прибыль 30 млн р.;

3) двухуровневый канал (производитель продает товар оптовому посреднику) — издержки обращения — 40 млн р., прибыль — 120 млн р.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Время на подготовку 0.5 часа; в это время входит подготовка ответа на теоретический вопрос и решение практико-ориентированного задания.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				

Лукич, Р. М.	Управление продажами	Москва: Альпина Публишер	2020	http://www.iprbookshop.ru/96863.html
Леонов, С. А., Попов, Ю. А.	Организация производства. Управление сбытовой деятельностью производственного предприятия	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2020	http://www.iprbookshop.ru/102937.html
Джоббер, Д., Ланкастер, Дж.	Продажи и управление продажами	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/81832.html

6.1.2 Дополнительная учебная литература

Федорова Л. А., Жикина О. В.	Управление сбытовой деятельностью	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017562
Кузнецов И. Н., Авт.-сост.	Управление продажами: Учебно-практическое пособие для бакалавров. — 3-е изд.	Москва: Дашков и К	2018	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=352417
Гусарова, В., Птуха, К.	Управление продажами на территории: Теоретические основы и практические рекомендации	Москва: Альпина Публишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82431.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>
 Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
 справочная правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional
 Microsoft Windows

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

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска