

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«28»_06 2022 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.06 Технологии продаж

Учебный план: 2022-2023 38.03.02 ИБК ППил ОО №1-1-137.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:
(специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Проектное предпринимательство и лидерство
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
5	УП	34	34	49	27	4	Экзамен
	РПД	34	34	49	27	4	
Итого	УП	34	34	49	27	4	
	РПД	34	34	49	27	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 экономических наук, Доцент

Касаткин Б.П.

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 технологий управления продажами продукции на предприятиях

1.2 Задачи дисциплины:

- научить теоретическим основам сбытовой деятельности;
- дать базовые знания в постановке задач, решаемых в области технологии продаж;
- раскрыть роль персонала в организации процесса сбыта и способов его мотивации для достижения поставленных показателей продаж;
- изучить основные технологии управления продажами

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

- Бухгалтерский и управленческий учет
- Информационные технологии в экономике и менеджменте
- Менеджмент изменений
- Операционный менеджмент
- Разработка и продвижение на рынок нового продукта
- Методы принятия управленческих решений
- Информационные технологии
- Организационное поведение

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-7: Способен осуществлять моделирование кросс-функционального процесса или административного регламента проектно-ориентированной организации
Знать: методы генерации и максимизации дохода от продаж на уровне концепции B2B и B2C на основании использования методов и инструментов проектного менеджмента и моделирования кросс-функциональных процессов
Уметь: принимать эффективные управленческие решения по нахождению разработке и внедрению современных форм продаж, прогнозировать эффективность новой бизнес-модели.
Владеть: навыками организации деятельности в области продаж на основе применения проектной концепции и современных цифровых методов моделирования кросс-функциональных процессов.

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. Технологии управления	5					Д,О
Тема 1. Сущность и цели сбыта. Практическое занятие - на тему лекций (заслушивание докладов)		3	3	4	ГД	
Тема 2. Организация и планирование сбыта Практическое занятие - на тему лекций (заслушивание докладов)		3	3	4	ГД	
Тема 3. Персонал службы сбыта и организация его работы. Практическое занятие - анализ и разбор ситуаций.		3	3	4	АС	
Раздел 2. Управление продажами в каналах распределения						
Тема 4. Каналы распределения. Практическое занятие - на тему лекций (заслушивание докладов)		3	3	4	ГД	
Тема 5. Управление в канале: сущность, структура, инструментарий. Практическое занятие - на тему лекций (заслушивание докладов)		3	3	4	АС	

Тема 6. Одноуровневые каналы. Многоуровневые каналы. Практическое занятие - на тему лекций (заслушивание докладов)		3	3	4	ГД	
Раздел 3. Психологические аспекты продажи товаров и услуг						
Тема 7. Поведение потребителей в контексте управления продажами. Практическое занятие - на тему лекций (заслушивание докладов), решение задач		3	3	4	ГД	
Тема 8. Стадии процесса принятия решения о покупке. Практическое занятие - на тему лекций (заслушивание докладов)		3	3	4	АС	Д,О
Тема 9. Методы прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей. Практическое занятие - на тему лекций (заслушивание докладов), решение задач.		3	3	4	АС	
Раздел 4. Мотивация как важнейший компонент управления продажами						
Тема 10. Конфликты в процессе продаж, методы их разрешения. Практическое занятие - на тему лекций (заслушивание докладов)		3	3	4	ГД	Д,О
Тема 11. Психологические источники успешных продаж. Практическое занятие - решение задач.		3	3	4	АС	
Тема 12. Роль руководства предприятия в процессе управления продажами. Практическое занятие - на тему лекций (рассмотрение и анализ ситуаций на примерах)		1	1	5	АС	

Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		34	34	49		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		24,5		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		70,5		73,5		

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-7	Формулирует основное содержание и последовательность процесса планирования и организации продаж. Разрабатывает технологию управления продажами, используя принципы организационного построения системы управления продажами для малых предприятий. Проводит мероприятия по взаимодействию предприятия-производителя и потребителя в одноуровневом и многоуровневом каналах распределения.	Вопросы устного собеседования Типовые практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа

5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета в оцениваемой области. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
4 (хорошо)	Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра	
3 (удовлетворительно)	Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом. Существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов (показателей).	
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

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
Семестр 5	
1	1 Понятие сбыта, его характеристики. Цели сбыта
2	2 Задачи, решаемые в процессе сбыта и их взаимосвязь
3	3 Формы, методы и организация системы сбыта
4	4 Содержание стратегии сбыта и ее разработка
5	5 Основные элементы стратегии сбыта
6	6 Организационные структуры сбытовых служб, их виды и степень адаптации к задачам сбыта
7	7 Система базисных принципов, используемых в процессе планирования сбыта
8	8 Порядок разработки плана продаж.
9	9 Формирование плана продаж
10	10 Роль персонала. Основные функции и требования к персоналу службы сбыта
11	11 Эффективное управление персоналом службы сбыта
12	12 Результативность работы сбытовиков: факторы влияния и использования рабочего времени
13	13 Обучение и подготовка персонала сбытовых служб
14	14 Проблематика оплаты труда сбытового персонала
15	15 Принципы построения эффективных систем оплаты труда работников службы сбыта
16	16 Сущность канала распределения и роли участников
17	17 Дизайн канала распределения
18	18 Сущность и проблематика управления в канале
19	19 Оценка эффективности работы посредников
20	20 Поведение потребителей
21	21 Модель процесса и факторы влияния
22	22 Осознание потребности и поиск информации
23	23 Оценка вариантов и покупка
24	24 Сущность и проблематика фирменных розничных продаж

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задача 1. Объем продаж составлял 200 единиц товара в месяц. После снижения цены объем продаж вырос на 100 единиц и доход составил 600 тыс. р.

Задание. Определите цену товара до и после снижения, если известно, что спрос на товар растет обратно пропорционально снижению цены?

Задача 2. С наступлением весны объем продаж определенного предмета одежды, при его цене 6 тыс. р., падает в два раза. Падение объема продаж обратно пропорционально росту цены товара.

Задание. Определите до какого уровня можно поднимать при этом цену на данную одежду, чтобы доход не менялся? Каким при этом должен быть объем продаж до его падения?

Задача 3. Розничный торговец продал партию в пятьдесят единиц товара, заработав при этом 40% по сравнению со стоимостью покупки этого товара. Если бы этот товар обошелся ему при покупке на 30% дешевле, а при продаже товара удалось бы заработать 60%, то можно было бы снизить цену единицы товара на 800 р.

Задание. Определите стоимость продажи партии товара и цену продажи единицы товара. Чему была равна цена покупки товара?

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.

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 Паблишер	2020	http://www.iprbookshop.ru/96863.html
Иванова, Е. А., Шлеин, В. А.	Управление продажами	Москва: Российский университет транспорта (МИИТ)	2020	https://www.iprbookshop.ru/116004.html
Гончарова, А. В., Отвагина, И. Е.	Технологии продаж	Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»	2021	https://www.iprbookshop.ru/126991.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Гусарова, В., Птуха, К.	Управление продажами на территории: Теоретические основы и практические рекомендации	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82431.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Портал для официального опубликования стандартов Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии [Электронный ресурс]. URL: <http://standard.gost.ru/wps/portal/>

Официальный интернет-портал правовой информации (федеральная государственная информационная система) [Электронный ресурс]. URL: <http://pravo.gov.ru>

Министерство экономического развития Российской Федерации. Федеральная государственная информационная система территориального планирования [Электронный ресурс]. URL: <https://fgisp.economy.gov.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
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска