

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.04.01 Управление сбытовой деятельностью

Учебный план: 2024-2025 38.03.02 ИБК Управ мал бизнесом ОО №1-1-63.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:
(специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Управление малым бизнесом
(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 | | | | | |
| 8 | УП | 18 | 36 | 125,75 | 0,25 | 5 | Зачет |
| | РПД | 18 | 36 | 125,75 | 0,25 | 5 | |
| Итого | УП | 18 | 36 | 125,75 | 0,25 | 5 | |
| | РПД | 18 | 36 | 125,75 | 0,25 | 5 | |

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

Лариса

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:

Управление коммерческой деятельностью

Управление предпринимательской деятельностью

Операционный менеджмент

Основы электронной коммерции

Производственная практика (практика по получению профессиональных навыков)

Организация и планирование закупок товаров

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-7: Способен осуществлять моделирование кросс-функционального процесса организации или административного регламента в малом бизнесе

Знать: основное содержание и последовательность процесса организации сбыта продукции, товаров и услуг

Уметь: осуществлять последовательность продвижения товаров по каналам распределения, оценивать эффективность работы посредников, изучать модель процесса и факторы влияния поведения потребителей

Владеть: способностью разрабатывать административный регламент процесса распределения товаров в каналах сбыта

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 | 8 | | | | | С |
| Тема 1. Сущность и цели сбыта | | 2 | 2 | 10 | ГД | |
| Тема 2. Функции деятельности предприятия по сбыту | | 2 | 2 | 10 | ГД | |
| Тема 3. Изучение и формирование | | 2 | 6 | 20 | ГД | С |
| Раздел 2. Сбытовая система производственного предприятия | | | | | | |
| Тема 4. Форма, методы и организация системы сбыта | | 2 | 2 | 15 | ГД | |
| Тема 5. Формирование канала распределения | | 2 | 6 | 15 | ГД | С |
| Тема 6. Взаимодействие предприятия-производителя и потребителя в канале | | 2 | 4 | 15 | ГД | |
| Раздел 3. Управление сбытом | | | | | | |
| Тема 7. Сбытовая стратегия производственного предприятия | | 2 | 4 | 15 | ГД | С,О |
| Тема 8. Планирование сбытовой деятельности | | 2 | 6 | 10 | ГД | |
| Тема 9. Сбытовая стратегия малого предприятия | | 2 | 4 | 15,75 | ГД | |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | | 18 | 36 | 125,75 | | |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет) | | 0,25 | | | | |

| | | | | | |
|--|--|-------|--------|--|--|
| Всего контактная работа и СР по дисциплине | | 54,25 | 125,75 | | |
|--|--|-------|--------|--|--|

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 | <p>Описывает этапы процесса организации сбыта продукции, товаров и услуг. Раскрывает последовательность продвижения товаров по каналам распределения.</p> <p>Оценивает эффективность работы посредников. Разрабатывает модель процесса и факторы влияния поведения потребителей.</p> <p>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 | Ответ на теоретический вопрос по материалам лекций полный, с | |
| | возможными несущественными ошибками. Практико-ориентированное задание выполнено в полном объеме и без ошибок. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | |
| Не зачтено | Ответ на теоретический вопрос не полный, с существенными ошибками. Практико-ориентированное задание не выполнено или выполнено с грубыми ошибками 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 8 | |
| 1 | Понятие, цели сбыта и его характеристики |
| 2 | Субъекты и объекты сбытовой деятельности |
| 3 | Роль и значение сбытовой деятельности |
| 4 | Классификация сбытовых функций |
| 5 | Основные и вспомогательные функции и их характер |
| 6 | Спрос и товарный рынок |
| 7 | Структура спроса и конъюнктура товарного рынка |
| 8 | Формирование спроса |
| 9 | Стратегия продвижения и стимулирование сбыта |
| 10 | Виды сбыта |
| 11 | Коммуникационный комплекс продвижения |
| 12 | Стимулирование сбыта |
| 13 | Формы сбыта |

| | |
|----|---|
| 14 | Виды сбытовых систем в зависимости от формы сбыта |
| 15 | Выбор, формирование и организация сбытовой системы |
| 16 | Организация системы сбыта |
| 17 | Каналы сбыта и их характеристика |
| 18 | Разработка канала распределения |
| 19 | Оценка эффективности работы посредников |
| 20 | Организация и формирование одноуровневых каналов |
| 21 | Проблемы управления в многоуровневых каналах |
| 22 | Модель поведения потребителей |
| 23 | Основные элементы стратегии сбыта |
| 24 | Подходы к реализации стратегий |
| 25 | Разработка стратегии сбыта |
| 26 | Организационные структуры сбытовых служб |
| 27 | Виды служб сбыта и степень их адаптации к задачам сбыта |
| 28 | Организация управления сбытовой деятельностью предприятия |
| 29 | Формирование плана развития сбыта |
| 30 | Этапы планирования коммерческой деятельности по сбыту |
| 31 | Корпоративная миссия и конкурентная стратегия |
| 32 | Направления сбытовой политики |
| 33 | Основные факторы формирования ценовой политики |
| 34 | Анализ сбытовой деятельности |

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задача 1. 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.
Вопрос:

1. Рассчитайте величину относительного покрытия рынка (ОПР) товаром компании.
2. Рассчитайте долю рынка (ДР), занимаемую этим товаром.

Задача 2. 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 3. 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:

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.

Вопрос. Какая организация каналов распределения наиболее выгодна?

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 | | | | |
| Кондрашов, В. М., Горфинкеля, В. Я. | Управление продажами | Москва: ЮНИТИ-ДАНА | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/81577.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 |
| 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 |
| Смирнова, И. Ю. | Управление продажами | Симферополь: Университет экономики и управления | 2018 | http://www.iprbookshop.ru/86421.html |
| Назаров А., Будовская О. | Управление продажами. Как построить систему продаж, которая реально работает. | Санкт-Петербург: Питер | 2017 | https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=353336 |

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