

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.04.02** Управление продажами

Учебный план: 2025-2026 38.03.02 ИБК Управ мал бизнесом ОЗО №1-3-63.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:  
(специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Управление малым бизнесом  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
4	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
5	УП	4	128	4	4	Зачет
	РПД	4	128	4	4	
Итого	УП	8	160	4	5	
	РПД	8	160	4	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 Лариса  
Анатольевна

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 управления продажами продукции на предприятиях

**1.2 Задачи дисциплины:**

- усвоение теоретических основ сбытовой деятельности и получение базовых знаний в постановке задач, решаемых в области продаж;
- понимание роли персонала в организации процесса сбыта и способов его мотивации для достижения поставленных показателей продаж;
- изучение основных 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:

- Инфраструктура малого бизнеса
- Управление коммерческой деятельностью
- Организация и планирование закупок товаров
- Управление предпринимательской деятельностью
- Организация рекламной деятельности в малом бизнесе
- Методы принятия управленческих решений

## 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 планирования и организации продаж

**Уметь:** Использовать основные технологии управления продажами, применять принципы организационного построения системы управления продажами в организации

**Владеть:** Способностью определять цели по организацией 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. Управление сбытом	4					С
Тема 1. Сущность и цели сбыта.		1		8	ГД	
Тема 2. Организация и планирование сбыта		1		8	ГД	
Тема 3. Персонал службы сбыта и организация его работы		1		8	ГД	
Тема 4. Оплата и стимулирование труда сбытового персонала		1		8	ГД	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32		
Консультации и промежуточная аттестация - нет			0			
Раздел 2. Управление продажами в каналах распределения	5					С,О
Тема 5. Каналы распределения		1	1	12	ГД	
Тема 6. Управление в канале: сущность, структура, инструментарий			1	12	ГД	
Тема 7. Одноуровневые каналы			1	10	ГД	
Тема 8. Многоуровневые каналы			1	10	ИЛ	
Раздел 3. Психологические аспекты продажи товаров и услуг						С
Тема 9. Поведение потребителей в контексте управления продажами		1	1	14	ГД	
Тема 10. Стадии процесса принятия решения о покупке			1	14	ГД	
Тема 11. Методы прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей		1	1	16	ГД	

Раздел 4. Мотивация как важнейший компонент управления продажами						С,ДС
Тема 12. Конфликты в процессе продаж, методы их разрешения			12	ГД		
Тема 13. Психологические источники успешных продаж	1	1	14	ИЛ		
Тема 14. Роль наставничества в управлении продажами			14	ГД		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	4	8	128			
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25					
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		16,25	160			

#### 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>Формулирует основное содержание и последовательность процесса планирования и организации продаж.</p> <p>Разрабатывает технологию управления продажами, используя принципы организационного построения системы управления продажами для малых предприятий.</p> <p>Проводит организации взаимодействия предприятия-производителя и потребителя в одноуровневом и многоуровневом каналах распределения.</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 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 5	
1	Основные проблемы функционирования одноуровневого канала
2	Понятие сбыта, его характеристики. Цели сбыта
3	Задачи, решаемые в процессе сбыта и их взаимосвязь
4	Формы, методы и организация системы сбыта
5	Содержание стратегии сбыта и ее разработка
6	Основные элементы стратегии сбыта
7	Организационные структуры сбытовых служб, их виды и степень адаптации к задачам сбыта
8	Система базисных принципов, используемых в процессе планирования сбыта
9	Порядок разработки плана продаж
10	Формирование плана продаж

11	Роль персонала. Основные функции и требования к персоналу службы сбыта
12	Эффективное управление персоналом службы сбыта
13	Результативность работы сбытовиков: факторы влияния и использования рабочего времени
14	Обучение и подготовка персонала сбытовых служб
15	Проблематика оплаты труда сбытового персонала
16	Сущность канала распределения и роли участников
17	Дизайн канала распределения
18	Сущность и проблематика управления в канале
19	Оценка эффективности работы посредников
20	Поведение потребителей
21	Модель процесса и факторы влияния
22	Осознание потребности и поиск информации
23	Оценка вариантов и покупка
24	Сущность и проблематика фирменных розничных продаж
25	Проблемы управления в многоуровневых каналах
26	Оптимизация и рационализация работы в многоуровневом канале
27	Роль и место фирменной розницы в системе управления продажами
28	Организация и управление фирменной розницей
29	Основные проблемы функционирования одноуровневого канала
30	Методы прямого воздействия на поведение потребителя
31	Методы косвенного воздействия на покупательское поведение потребителя
32	Конфликты в процессе продажи
33	Методы разрешения конфликтов в процессе продажи
34	Психологические источники успешных продаж
35	Роль наставничества в управлении продажами

### 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 наступление весны объём продаж определённого предмета одежды, при его цене 6 тыс. р., падает в два раза. Падение объёма 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 объём продаж до его падения?

Задача 3. Розничный торговец продал партию в пятьдесят единиц товара, заработав при этом 40% по сравнению стоимости 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 и решение практико-ориентированного задания

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Иванова, Е. А., Шлеин, В. А.	Управление продажами	Москва: Российский университет транспорта (МИИТ)	2020	<a href="https://www.iprbookshop.ru/116004.html">https://www.iprbookshop.ru/116004.html</a>
Лукич, Р. М.	Управление продажами	Москва: Альпина Паблишер	2020	<a href="https://www.iprbookshop.ru/96863.html">https://www.iprbookshop.ru/96863.html</a>
Гусарова, В., Птуха, К.	Управление продажами на территории: Теоретические основы и практические рекомендации	Москва: Альпина Паблишер	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/82431.html">http://www.iprbookshop.ru/82431.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Джоббер, Д., Ланкастер, Дж.	Продажи и управление продажами	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/81832.html">http://www.iprbookshop.ru/81832.html</a>
Смирнова, И. Ю.	Управление продажами	Симферополь: Университет экономики и управления	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/86421.html">http://www.iprbookshop.ru/86421.html</a>

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