

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.04.01 Управление сбытовой деятельностью

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.	Трудоё мкость, 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):

доктор технических наук, Доцент

Федорова Лариса
Анатольевна

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 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

Организация и планирование закупок товаров

Производственная практика (практика по получению профессиональных навыков)

Операционный менеджмент

Основы электронной коммерции

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	4					С
Тема 1. Сущность и цели сбыта		1		10	ГД	
Тема 2. Функции деятельности предприятия по сбыту		2		10	ГД	
Тема 3. Изучение и формирование спроса		1		12	ГД	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32		
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0				
Раздел 2. Сбытовая система производственного предприятия	5					С
Тема 4. Форма, методы и организация системы сбыта			2	20	ГД	
Тема 5. Формирование канала распределения		1	1	20	ГД	
Тема 6. Взаимодействие предприятия-производителя и потребителя в канале			2	20	ГД	С,О
Раздел 3. Управление сбытом						
Тема 7. Сбытовая стратегия производственного предприятия		1	1	20	ГД	
Тема 8. Планирование сбытовой деятельности		1	1	20	ГД	
Тема 9. Сбытовая стратегия малого предприятия		1	1	28	ГД	

Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	8	128		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине		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>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	<p>Ответ на теоретический вопрос по материалам лекций полный, с возможными несущественными ошибками.</p> <p>Практико-ориентированное задание выполнено в полном объеме и без ошибок.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	
Не зачтено	<p>Ответ на теоретический вопрос не полный, с существенными ошибками.</p> <p>Практико-ориентированное задание не выполнено или выполнено с грубыми 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	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