

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор института экономики,
управления и сервисных технологий



Н.В. Осипова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.01.01 Управление продажами

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): менеджмент организации и логистика

Квалификация (степень): бакалавр

Форма обучения: очная

Институт: экономики, управления и сервисных технологий

Кафедра: экономики и управления им. Н.Г. Нечаева

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	2		
Семестр/триместр	3		

Лекции	36		
в т.ч. практическая подготовка	2		
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	36		
в т.ч. практическая подготовка	2		
Консультации			
Форма(ы) промежуточной аттестации	Экзамен – 0,3		
Иные формы работы			
Контроль	9		
Самостоятельная работа	134,7		

Всего часов: 216

Трудоемкость: 6 зачетных единиц.

Разработчик рабочей программы:

кандидат экономических наук, доцент Т.А. Костенькова

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины: формирование теоретических знаний и получение практических навыков решения задач в области управления продажами современного предприятия.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать понимание концепции управления продажами с позиции различных подходов;
- освоить сущность построения и управления распределительной системы предприятия;
- изучить основы функционирования отдела продаж на предприятии.

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1.Дисциплины (модули).

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПКС-2	Знать: <ul style="list-style-type: none">- основы тактического и оперативного управления логистическими процессами;- методы разработки организационно-технической, организационно-экономической и финансовой документации современного предприятия.	Знает: <ul style="list-style-type: none">- задачи, принципы и основные инструменты управления продажами.
	Уметь: <ul style="list-style-type: none">- осуществлять тактическое и оперативное управление логистическими процессами;- применять современные технологии в процессе разработки организационно-технической, организационно-экономической и финансовой документации предприятия.	Умеет: <ul style="list-style-type: none">- использовать методы и инструменты управления продажами в целях повышения эффективности коммерческой деятельности предприятия.
	Владеть: <ul style="list-style-type: none">- навыками тактического и оперативного управления логистическими процессами;- способами применения современных технологий в процессе разработки организационно-технической, организационно-экономической и финансовой документации предприятия.	Владеет: <ul style="list-style-type: none">- методами планирования и управления продажами в рамках логистического подхода к организации деятельности предприятия.

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся
с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
	Раздел 1. Базовые принципы управления продажами.	45	8	8		29
1	Тема 1. Изучение спроса населения на товары как основа коммерческой деятельности.	22	4	4		14
2	Тема 2. Формирование коммерческих связей для работы с поставщиками.	23	4	4		15
	Раздел 2. Прикладные аспекты управления продажами.	161,7	28	28		105,7
3	Тема 3. Организационные основы канала товародвижения.	23	4	4		15
4	Тема 4. Ассортиментная политика.	23	4	4		15
5	Тема 5. Коммерческая деятельность по сбыту товаров на предприятиях.	23	4	4		15
6	Тема 6. Организация оптовой торговли.	23	4	4		15
7	Тема 7. Розничная торговля.	23	4	4		15
8	Тема 8. Трейд-маркетинг и инструменты стимулирования продаж.	23	4	4		15
9	Тема 9. Торговые сети. Отношения с розничными и сетевыми торговыми организациями.	23,7	4	4		15,7
	<i>Контроль</i>	<i>9</i>				
	<i>Экзамен</i>	<i>0,3</i>				
	<i>Итого за 3 семестр</i>	<i>216</i>	<i>36</i>	<i>36</i>		<i>134,7</i>
	в т.ч. практическая подготовка	4	2	2		
	ИТОГО:	216	36	36		134,7

Очно-заочная форма обучения (не реализуется)

Заочная форма обучения (не реализуется)

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы (в тестовой форме), реферата.

Типовой вариант контрольной работы

1. Перечислите основные критерии эффективности продаж розничной сети:

- 1) доля рынка;
- 2) узнаваемость торговых брендов;
- 3) логистические издержки;
- 4) объем продукции.

2. Брокер – это:

- 1) физические или юридические лица, которые на основе договора с продавцом или покупателем имеют право содействовать заключению сделок на сравнительно длительный период;
- 2) физические или юридические лица, которые находят взаимно заинтересованных продавцов и покупателей, сводят их, но не участвуют в сделке, ни от своего имени, ни от имени поручителя;
- 3) физическое или юридическое лицо, обслуживающие разные отрасли промышленности, имеющие склады и транспортные средства и осуществляющие коммерческую деятельность от своего имени и за свой счет.

3. Себестоимость перевозок зависит от:

- 1) вида груза;
- 2) эксплуатационных условий;
- 3) расстояния перевозки;
- 4) все ответы верны.

4. Вертикальная выкладка товаров:

- 1) способ выкладки («ленточная» выкладка), когда одноименные товары выкладывают на полках одной горки в несколько рядов сверху вниз;
- 2) способ выкладки, когда одноименные товары размещают на одной или двух полках по всей длине оборудования, установленного в линию;
- 3) выкладка, которая применяется на дополнительных точках продажи, используются отдельно стоящие фирменные стенды и стойки.

5. Продажа товара или услуги по цене ниже собственных издержек с целью раскрутки товара или услуги – это:

- 1) продажа гибкая;
- 2) продажа в рассрочку;

3) продажа в убыток.

6. Расположите в правильной последовательности этапы процесса планирования продаж:

1. разработка прогнозов перспектив развития рынка;
2. разработка бюджета предполагаемых доходов и затрат на продажи;
3. формирование плана действий – план контактов менеджеров с клиентами.

7. Установите правильную последовательность этапов проектирования системы доставки грузов:

1. выбор оптимального варианта системы доставки;
2. оценка качества предлагаемых вариантов системы доставки грузов;
3. разработка возможных вариантов системы доставки (определение состава участников процесса доставки);
4. обработка заказа и определение требований, предъявляемых клиентом к системе доставки;
5. заключение контрактов с участниками процесса доставки по выбранному варианту.

8. Установите правильную последовательность этапов любой транспортно-технологической схемы:

1. подготовка продукции к передаче на транспорт;
2. подвоз грузов к терминалу магистрального вида транспорта;
3. транспортно-складские операции на этапе погрузки грузов;
4. перевозка грузов магистральными видами транспорта;
5. транспортно-складские операции на этапе выгрузки грузов;
6. вывоз груза с терминала магистрального вида транспорта и доставка его на снабженческо-сбытовые базы (складские распределительные центры);
7. доставка груза с базы потребителю.

9. Расположите в правильной последовательности шаги, которые надо выполнить для внедрения программы лояльности в компании:

1. определение ключевых клиентов и ориентация на них;
2. определение того, что нужно сделать для увеличения существующей лояльности;
3. выбор соответствующих и эффективных инструментов реализации программы с целью грамотного воздействия на клиентов;
4. формирование и утверждение бюджета реализации программы лояльности;
5. периодическая корректировка программы лояльности.

10. Установите соответствие между видами торговых предприятий и их характеристиками:

1. Универсальные магазины	А. Магазины, реализующие универсальный ассортимент продовольственных и/или непродовольственных товаров
2. Специализированные магазины	Б. Магазины, реализующие несколько групп товаров, связанных общностью спроса или удовлетворяющих какие-либо потребности покупателей
3. Магазины с комбинированным ассортиментом товаров.	В. Магазины, реализующие одну группу товаров.

11. Установите соответствие между видами торговых предприятий и их характеристиками:

1. Магазины самообслуживания	А. Функции работников торгового зала сводятся в основном к консультированию покупателей, выкладке товаров и контролю за их сохранностью.
2. Магазины, работающие по методу продажи товаров по образцам	Б. Предусматривает выкладку образцов в торговом зале и самостоятельное ознакомление с ними покупателей.
3. Магазины, работающие по методу предварительных заказов	В. Заказы в устной или письменной форме могут быть приняты в магазине, по месту работы или на дому у покупателей

12. Установите соответствие между направлениями планирования продаж и планируемыми показателями:

1. Планирование по продукту	А. Уровень цен.
	Б. Количество сделок
2. Планирование по клиентам	В. Структура ассортимента.
	Г. Размер среднего заказа за период.

13. Установите соответствие между видами перевозок и их характеристиками:

1. Смешанный (комбинированный) тип перевозки	А. Доставка грузов, при которой используется несколько видов транспорта, т.е. из начального пункта груз оставляется в условный пункт одним видом транспорта, в стыковочном пункте за короткое время без складирования груз передается на другой вид транспорта и на данный груз выдается новый документ.
2. Мультимодальная перевозка	Б. Использование нескольких видов транспорта, наличие единого договора перевозки и наличие единой ответственности оператора.
3. Интермодальная перевозка	В. Перевозка осуществляется без изменения массы груза, т.е. при смене транспорта объем груза не уменьшается и не увеличивается; перевозка осуществляется одним перевозчиком, по одному провозному документу по единому тарифу.

14. Основным преимуществом автомобильного транспорта перед другими видами транспорта является...

- а) массовость перевозок
- б) маневренность и подвижность
- в) высокая производительность труда
- г) низкая себестоимость

15. Элементы упаковки, в которую расфасовывают продукцию, называется:

- а) потребительской тарой
- б) транспортной тарой

в) жесткой тарой.

16. При осуществлении перевозки грузов перевозчики выполняют следующие операции:

- а) составление маршрута доставки и режима движения;
- б) заключение договоров с грузовладельцем или организатором системы доставки;
- в) перемещение грузов подвижным составом от пунктов отправления до пунктов назначения.

17. К недостаткам железнодорожного транспорта относятся:

- а) массовость перевозок
- б) возможность сооружения на любой сухопутной территории
- в) универсальность использования
- г) капиталоемкость сооружений

18. Организатор транспортного процесса выполняют следующие задачи и функции:

- а) прием заявок на доставку грузов и оказания дополнительных услуг;
- б) выбор типа подвижного состава и определение оптимального качества транспортных средств;
- в) перемещение грузов подвижным составом от пунктов отправления до пунктов назначения.

19. Что такое маршрут перевозки:

- а) перевозка продукции автомобилем
- б) наиболее совершенный способ организации материалопотоков (потоков грузов)
- в) рациональное использование подвижного состава
- г) доставка грузов от двери до двери

20. Грузоперевозки в логистической системе происходят:

- а) на этапе снабжения производства;
- б) в основном производстве;
- в) на этапе распределения готовой продукции;
- г) всем продолжении логистической цепи, кроме производства;
- д) всем продолжении логистической цепи

Примерная тематика рефератов

1. Управление заказами в логистической системе
2. Складское хозяйство в логистической системы
3. Организация процесса грузопереработки на складе
4. Тароупаковочное хозяйство как элемент логистической системы
5. Транспорт как элемент логистической системы
6. Организация перевозок грузов автомобильным транспортом
7. Организация доставки грузов в логистической системе
8. Транспортное обеспечение коммерческой деятельности.
9. Логистика на уровне международных экономических отношений.
10. Разработка транспортно-логистической системы перевозки груза.
11. Повышение эффективности функционирования склада.

12. Пути оптимизации запасов на предприятии.
13. Совершенствование системы грузовых тарифов на транспорте.
14. Разработка мероприятий по оценке функционирования логистики.
15. Качественные и количественные показатели работы автомобильного транспорта сравнение их показателей с показателями других видов транспорта.
16. Перевозка грузов на особых условиях автомобильным транспортом.
17. Информационные технологии в цепях поставок.
18. Логистический сервис при транспортировке грузов.
19. Международные транспортные коридоры.
20. Логистический аутсорсинг транспортных систем.
21. Транспортно-технические системы перевозки грузов на речном и морском транспорте.
22. Организация логистического управления.
23. Особенности организации перевозок грузов железнодорожным транспортом.
24. Логистика снабжения (закупочно-заготовительная логистика) в системе логистического менеджмента.
25. Создание и развитие логистических информационных систем.
26. Разработка логистической концепции построения модели транспортного обслуживания потребителей и фирм.
27. Геоэкономические и геополитические предпосылки развития мульти-и интермодальных транспортно-логистических систем.
28. Повышение эффективности обслуживания потребителей и фирм на транспорте.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме курсового проекта и экзамена с использованием следующих оценочных материалов: перечень вопросов к экзамену.

Вопросы к экзамену (3 семестр очная форма обучения)

1. Покупательский спрос: понятие, условия и факторы, влияющие на его формирование.
2. Методы изучения покупательского спроса.
3. Оценка конъюнктуры рынка потребительских товаров.
4. Источники поступления товаров.
5. Понятие коммерческих связей.
6. Выбор поставщиков потребительских товаров.
7. Понятие дистрибуции, или канала товародвижения.
8. Определение систем дистрибуции.
9. Трансформации современных систем дистрибуции.
10. Алгоритм построения канала сбыта.
11. Порядок формирования и структура товарного ассортимента.
12. Категорийный менеджмент.

13. Оценочные модели ассортимента: ABC-анализ продукции.
14. Оценочные модели ассортимента: XYZ-анализ продукции.
15. Маркетинговая деятельность по сбыту готовой продукции.
16. Ценовая политика сбыта с учетом конкурентной среды.
17. Стимулирование сбыта в коммерции.
18. Социально-экономическое содержание оптовой торговли.
19. Мерчандайзинг.
20. Методы планирования продаж и составление трейд-маркетингового бюджета.
21. Структура, механизм и содержание розничной торговли.
22. Система франчайзинга и практика организации сетевого ретейлинга.
23. Стимулирование сбыта и продаж как инструмент интегрированных коммуникаций.
24. Интернет-торговля.
25. Построение отношений с торговыми сетями.
26. Упаковка как элемент маркетинговых коммуникаций. Принципы разработки и создания упаковки.

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Гутникова, О. Н. Организация и технология торговой деятельности : учебник для вузов / О. Н. Гутникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20932-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559014> (дата обращения: 19.04.2024).

2. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 394 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16955-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535957> (дата обращения: 19.04.2024).

4.2. Дополнительная литература

1. Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2020. — 279 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621640> (дата обращения: 19.04.2024).

2. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-

12663-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541700> (дата обращения: 19.04.2024).

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	http://www.logirus.ru/	Информационный портал «Логистика в России». Включает словарь логистических терминов, новости логистики, книги по логистике перевозке, таможене.	Свободный доступ
2.	https://www.logistika-prim.ru/	Сайт специализированного научного журнала «Логистика». Журнал «Логистика» освещает актуальные проблемы и опыт оптимальной организации, управления материальными, а также информационными, финансовыми и сервисными потоками ресурсов, проводя большую работу по отбору эффективных практик и решений для логистов.	Свободный доступ

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	www.garant.ru	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
3.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ

4.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ
5.	www.urait.ru	Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.