

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр бакалавриата Менеджмент



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Управление продажами Б1.В.ДВ.18

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Автор(ы): Мартынова О.В. , Шафигуллина А.В.

Рецензент(ы): Каленская Н.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 20__ г.

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: менеджмент):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 20__ г.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
 - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
 - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
 - 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Мартынова О.В. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), OVMartynova@kpfu.ru ; старший преподаватель, б/с Шафигуллина А.В. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), AnVKuzmina@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-7	владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ
ПК-9	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен демонстрировать способность и готовность:

- формировать и управлять каналами сбыта;
- управлять непосредственно отделом продаж на предприятии;
- воздействовать со стороны персонала торговых предприятий на поведение потенциальных потребителей товаров и услуг в местах их продажи.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.18 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 "Менеджмент (не предусмотрено)" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе в 7 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 64 часа(ов), в том числе лекции - 32 часа(ов), практические занятия - 32 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 80 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 7 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Управление продажами: сущность и основные понятия	7	2	2	0	10
2.	Тема 2. Сбытовая политика организации	7	4	4	0	10
3.	Тема 3. Маркетинговые аспекты сбытовой политики организации	7	4	4	0	10
4.	Тема 4. Планирование и формирование отдела продаж	7	2	2	0	6
5.	Тема 5. Мотивация и контроль деятельности отдела продаж	7	4	4	0	4
6.	Тема 6. Этапы процесса продажи и техники продаж	7	4	4	0	10
7.	Тема 7. Презентация товаров	7	4	4	0	10
8.	Тема 8. Стратегии продаж. Мерчандайзинг.	7	4	4	0	10
9.	Тема 9. Работа с ключевыми клиентами. Управление лояльностью	7	4	4	0	10
	Итого		32	32	0	80

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Управление продажами: сущность и основные понятия

Продажа как результат коммерческой деятельности. Товар. Услуга. Ценность. Потребительская ценность. Определение понятия "управление продажами", основные понятия курса, цели и задачи управления продажами, место процесса управления продажами в системе управления предприятием. Компетенции в области продаж и управления продажами.

Тема 2. Сбытовая политика организации

Понятие и виды каналов сбыта. Прямые и косвенные каналы сбыта: преимущества и недостатки. Виды оптовых и розничных посредников. Современные форматы торговли. Критерии выбора посредников. Оценка эффективности каналов сбыта. Особенности фирменного магазина "от производителя". Дилеры и дистрибьюторы: особенности организации и функционирования.

Тема 3. Маркетинговые аспекты сбытовой политики организации

Маркетинговые исследования в сбытовой деятельности. Признаки сегментирования. Сегментация рынка. Процесс сегментации рынка. Политика продвижения и позиционирования под целевые сегменты. Инструменты стимулирования продаж: конечных потребителей и торговых предприятий. Реклама в местах продаж. Реклама в онлайн продажах.

Тема 4. Планирование и формирование отдела продаж

Планирование как функция менеджмента в коммерческой деятельности. план маркетинга и план продаж. Взаимодействие отдела маркетинга и отдела продаж. Планы продаж. Виды планов продаж. Основные принципы планирования продаж. Методы планирования продаж. Формирование отдела продаж. Функциональные обязанности менеджера по продажам.

Тема 5. Мотивация и контроль деятельности отдела продаж

Мотивация сотрудников отдела продаж. Инструменты моральной и материальной мотивации сотрудников отдела продаж. Основные показатели деятельности отдела продаж и их контроль. Основные направления контроля деятельности отдела продаж. KPI отдела продаж. Психологическая обстановка в отделе продаж. Квалификационные навыки и умения продавцов.

Тема 6. Этапы процесса продажи и техники продаж

Этапы процесса продажи: поиск клиентов, презентация товаров, работа с возражениями. Классификация продаж и техники продаж: активные и пассивные продажи. Телефонные переговоры. Выстраивание коммуникаций с закупочным центром. Работа с "горячими" клиентами. Работа с "холодными" клиентами. Организация call-центра. Онлайн продажи.

Тема 7. Презентация товаров

Сущность и содержание презентации. Основные приемы презентации товаров. Правила приведения аргументов. Организационная работа по подготовке к презентации товаров. Структура презентации товаров и услуг. Оценка результативности презентационных мероприятий. Визуализация как основной компонент презентации товаров и услуг.

Тема 8. Стратегии продаж. Мерчандайзинг.

Стратегия и тактика продажной политики организации. Стратегии продаж. Этапы разработки стратегии продаж. Виды стратегий продаж. Тактические приемы в продвижении продукции, товаров и услуг. Внешние и внутренние факторы влияющие на разработку и внедрение стратегии. Работа с постоянными клиентами. Методы оценки эффективности стратегии продаж в B2B и B2C.

Тема 9. Работа с ключевыми клиентами. Управление лояльностью

Психологические типы клиентов. Работа с клиентами: психологические приемы. НЛП в системе торговли. Организация клиентоориентированной стратегии. Монетарная и эмоциональная лояльность. Программы лояльности. Управление лояльностью и скрытая маркетинговая политика. Постоянные клиенты и оценка их лояльности.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301).

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений".

Положение от 29 декабря 2018 г. № 0.1.1.67-08/328 "О порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.67-06/241/15 от 14 декабря 2015 г. "О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011 г. "Об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/66/16 от 30 марта 2016 г. "Разработки, регистрации, подготовки к использованию в учебном процессе и удаленные электронных образовательных ресурсов в системе электронного обучения федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/11/16 от 25 января 2016 г. "О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/91/13 от 21 июня 2013 г. "О порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
Семестр 7			
	Текущий контроль		

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
1	Устный опрос	ПК-7 , ПК-9	1. Управление продажами: сущность и основные понятия 2. Сбытовая политика организации 3. Маркетинговые аспекты сбытовой политики организации 4. Планирование и формирование отдела продаж 5. Мотивация и контроль деятельности отдела продаж 6. Этапы процесса продажи и техники продаж 7. Презентация товаров 8. Стратегии продаж. Мерчандайзинг. 9. Работа с ключевыми клиентами. Управление лояльностью
2	Письменная работа	ПК-9	2. Сбытовая политика организации 3. Маркетинговые аспекты сбытовой политики организации 7. Презентация товаров 8. Стратегии продаж. Мерчандайзинг. 9. Работа с ключевыми клиентами. Управление лояльностью
3	Контрольная работа	ПК-9 , ПК-7	1. Управление продажами: сущность и основные понятия 2. Сбытовая политика организации 3. Маркетинговые аспекты сбытовой политики организации 4. Планирование и формирование отдела продаж 5. Мотивация и контроль деятельности отдела продаж 6. Этапы процесса продажи и техники продаж 7. Презентация товаров 8. Стратегии продаж. Мерчандайзинг. 9. Работа с ключевыми клиентами. Управление лояльностью
	Зачет	ПК-7, ПК-9	

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Семестр 7					
Текущий контроль					
Устный опрос	В ответе качественно раскрыто содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Основные вопросы темы раскрыты. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема частично раскрыта. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема не раскрыта. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	1
Письменная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	2

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Контрольная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	3
	Зачтено		Не зачтено		
Зачет	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой дисциплины.		Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.		

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Приложение. Развёрнутое содержание оценочных средств - в прикрепленном файле
F_1555337549/FOS_Upravlenie_prodazhami_.pdf

Семестр 7

Текущий контроль

1. Устный опрос

Темы 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

1. Сущность понятия "управление продажами"
2. Сегментация рынка. Определение целевого сегмента
3. Формирование каналов распределения
4. Классификация торговых предприятий
5. Критерии выбора посредников
6. Методы выбора посредников
7. Мотивация участников канала распределения
8. Контроль и оценка эффективности каналов распределения
9. Планирование продаж
10. Построение отдела продаж
11. Мотивация сотрудников отдела продаж
12. Контроль деятельности отдела продаж
13. Поиск потенциальных клиентов
14. Организация процесса делового общения
15. Организация презентации товара
16. Организация работы с возражениями

2. Письменная работа

Темы 2, 3, 7, 8, 9

Кейс " Выбор посредника на основе анализа полной стоимости"

Оптовая торговая организация ?Траст? (г. Москва) приняла решение выйти на рынок г. Казани. Перед директором компании встал вопрос: какие ассортиментные группы выгоднее сбывать в Казани, а какие в Москве? Исходные данные:

тарифная стоимость транспортировки из г. Москвы в г. Казань одинаков для всех ассортиментных групп и составляет Т руб./ассортиментную группу;
 срок доставки грузов n дней;

при поставке товаров из г. Москва, фирма вынуждена создавать страховые запасы сроком на m дней; ставка на запасы в пути $r\%$ в день, страховые $d\%$ в день; расходы на экспедирование составляют $k\%$ от стоимости груза; удельная стоимость поставляемых ассортиментных групп, а также комиссионное вознаграждение, уплачиваемое посреднику с каждой ассортиментной группы, представлены в таблице 2. Используя условия задачи, необходимо из представленных ассортиментных групп выделить те, которые выгодно реализовывать в Казани.

1. Рассчитать дополнительные затраты, связанные с доставкой каждой ассортиментной группы из г. Москва в г. Казань.

2. Рассчитать долю дополнительных затрат в стоимости каждой ассортиментной группы.

Расчеты по пунктам 1-2 представить в форме таблицы 24. При этом следует отметить, что расчеты будут существенно упрощены, если кривую строить для условных позиций ассортиментных групп, стоимость реализации которых составит равные значения, например, 5000 руб., 10000 руб. и т.д.

Таблица 24

Стоимость реализации ассортиментной группы, руб. Затраты на доставку груза из г. Москва в г. Казань Доля затрат на доставку в стоимости ассортиментной группы, %

Транспортный тариф, руб./ асс.гр. Расходы на запасы в пути, руб. Расходы на страховые запасы, руб. Расходы на экспедирование, руб. Всего

1 2 3 4 5 6 7

5000

10000

?

3. Построить график зависимости доли дополнительных затрат в стоимости ассортиментной группы. По оси ОХ откладывают стоимость реализации ассортиментной группы (графа 1 в табл. 24), по оси ОУ ? долю дополнительных затрат (графа 7 в табл. 24).

4. Рассчитать в процентах разницу в комиссионном вознаграждении, запрашиваемом посредниками при реализации каждой ассортиментной группы. Принять комиссионное вознаграждение в г. Казани за 100%. Результаты отразить в таблице 25.

Таблица 25

Номер ассортиментной группы Стоимость реализации ассортиментной группы, руб. Комиссионное вознаграждение за реализацию ассортиментной группы, руб. Разница в комиссионном вознаграждении, % Вывод о целесообразности реализации в Казани (да/ нет)

в Казани в Москве

1 2 3 4 5 6

1 9000 600 900

2 14000 800 10000

3 10000 300 400

4 90000 200 180

5 10000 300 500

6 11000 600 800

7 15000 1000 1500

8 8000 600 900

9 25000 200 350

10 50000 140 180

11 100000 600 750

12 20000 200 300

13 25000 400 500

14 60000 1200 1400

15 85000 7500 10000

5. Обозначить ассортиментные группы на графике в виде точек, откладывая по оси ОХ стоимость реализации ассортиментной группы (графа 2, табл. 25), а по оси ОУ ? разницу в комиссионном вознаграждении (графа 5, табл. 25).

6. Сделать выводы о целесообразности сбыта ассортиментной группы в Казани. Результаты анализа свести в графу 6 таблицы 25.

Вывод о целесообразности сбыта в Казани делают в том случае, если точка, соответствующая определенной ассортиментной группе окажется выше кривой выбора посредника. В противном случае затраты на доставку превысят разницу в комиссионном вознаграждении и, следовательно, реализовывать такую ассортиментную группу в Казани будет не выгодно.

Таблица 26

♦ варианта Т n m r d k

1 2500 10 5 0,2 0,1 3

2 2510 10 5 0,4 0,1 2

3 2520 10 5 0,2 0,1 4
4 2530 10 5 0,3 0,1 4
5 2540 10 5 0,2 0,1 4
6 2550 11 5 0,2 0,1 4
7 2490 11 5 0,2 0,1 4
8 2480 11 5 0,3 0,2 3
9 2470 11 6 0,2 0,2 3
10 2460 11 5 0,2 0,2 3
11 2450 9 6 0,2 0,2 3
12 2500 9 6 0,4 0,2 2
13 2510 9 6 0,3 0,2 2
14 2520 9 4 0,3 0,2 2
15 2530 9 6 0,3 0,2 2
16 2540 8 6 0,3 0,2 2
17 2550 8 4 0,3 0,2 3
18 2490 8 4 0,4 0,2 3
19 2480 8 4 0,3 0,1 3
20 2470 8 4 0,3 0,1 3
21 2460 12 4 0,3 0,1 2
22 2450 12 4 0,2 0,1 2
23 2600 12 4 0,3 0,1 2
24 2650 12 5 0,3 0,1 4
25 2400 12 4 0,3 0,2 4
26 2450 7 6 0,3 0,2 4
27 2460 7 6 0,2 0,2 4
28 2470 7 7 0,2 0,2 2
29 2480 7 4 0,4 0,1 2

3. Кейс

Тема 2

Кейс "Оценка эффективности взаимоотношений с клиентами"

Организация ООО ?Тренд? в 2013 году сбывала свою продукцию через двух посредников. В 2014 году руководством компании было принято решение об открытии собственной точки сбыта, в связи с чем, организация ООО ?Тренд? будет нуждаться в услугах только одного посредника. Для того, чтобы принять решение о том, с каким из двух посредников организация ООО ?Тренд? будет пролонгировать договор необходимо провести оценку эффективности их деятельности на основе анализа следующих данных:

- известно, что в течение последних двух месяцев организация ООО ?Тренд? сбывала свои товары А и В через посредников ♦1 и ♦2;

- с каждой единицы поставляемой продукции с организации ООО ?Тренд? посредники взимают комиссионное вознаграждение, динамика данного показателя представлена в таблице 21:

Таблица 21

Посредники Месяц, 2013 г Товар Объем поставки, шт./мес. Комиссионное вознаграждение с единицы продукции, руб.

♦1 ноябрь А

В 1000

550 5

3

♦2 декабрь А

В 5000

2500 4

2

♦1 ноябрь А

В 1500

1000 6

4

♦2 декабрь А

В 4500

5000 5

4

- организация ООО ?Тренд? работает со своими посредниками по договору комиссии, согласно условиям которого, в конце каждого месяца нереализованная продукция возвращается на склад организации ООО?Тренд?. Динамика возврата нереализованной продукции представлена в таблице 22:

Таблица 22

Посредник Месяц Количество нереализованного товара в течение месяца, шт.

◆1

ноябрь

декабрь 30

75

◆2 ноябрь

декабрь 200

320

Задание: Выполните оценку эффективности деятельности посредников с учетом того, что при расчете их рейтинга принять следующие весовые показатели: темп роста комиссионного вознаграждения с единицы продукции ? 0,6; темп роста количества нереализованной продукции ? 0,4.

3. Контрольная работа

Темы 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

1. Сущность и основные понятия процесса управления продажами
2. Условия выбора каналов сбыта и их виды.
3. Сравнительная характеристика каналов сбыта.
4. Вертикальные и горизонтальные распределительные системы.
5. Виды розничных посредников и их характеристика (классификация торговых предприятий)
6. Инструменты стимулирования продаж.
7. Организационные структуры построения отдела продаж.
8. Планирование продаж.
9. Мотивация сотрудников отдела продаж.
10. Оценка эффективности каналов сбыта.
11. Основные этапы процесса продажи.
12. Техники продаж.
13. Работа с возражениями.
14. Холодные звонки: технология реализации.
15. Правила ведения деловой беседы.
16. Презентация товаров: основные правила.
17. Визуальный мерчандайзинг.
18. Категорийный мерчандайзинг.
19. Технология реализация персональных продаж.
20. Инструменты управления лояльностью.
21. Правила работы с ключевыми клиентами.
22. Стратегии продаж

Зачет

Вопросы к зачету:

1. Управление продажами: сущность и основные понятия.
2. Условия выбора каналов сбыта и их виды.
3. Сравнительная характеристика каналов сбыта.
4. Вертикальные и горизонтальные распределительные системы.
5. Виды розничных посредников и их характеристика (классификация торговых предприятий)
6. Инструменты стимулирования продаж.
6. Организационные структуры построения отдела продаж.
7. Планирование продаж.
8. Мотивация сотрудников отдела продаж.
9. Контроль деятельности отдела продаж.
10. Оценка эффективности каналов сбыта.
11. Основные этапы процесса продажи.
12. Техники продаж.
13. Работа с возражениями.
14. Холодные звонки: технология реализации.
15. Правила ведения деловой беседы.
16. Презентация товаров: основные правила.
17. Визуальный мерчандайзинг.
18. Категорийный мерчандайзинг.
19. Технология реализация персональных продаж.
20. Инструменты управления лояльностью.
21. Правила работы с ключевыми клиентами.

22. Стратегии продаж.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Семестр 7			
Текущий контроль			
Устный опрос	Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы.	1	12
Письменная работа	Обучающиеся получают задание по освещению определённых теоретических вопросов или решению задач. Работа выполняется письменно и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	2	13
Контрольная работа	Контрольная работа проводится в часы аудиторной работы. Обучающиеся получают задания для проверки усвоения пройденного материала. Работа выполняется в письменном виде и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	3	25
Зачет	Зачёт нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Обучающийся получает вопрос (вопросы) либо задание (задания) и время на подготовку. Зачёт проводится в устной, письменной или компьютерной форме. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

1. Управление продажами: Учебник / Голова А.Г. - М.: Дашков и К, 2017. - 280 с.: ISBN 978-5-394-01975-3 \http://znanium.com/catalog/product/414918

2. Продажи и управление продажами / Джоббер Д., Ланкастер Д. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 622 с.: ISBN 5-238-00465-6 \http://znanium.com/catalog/product/872281

3. Управление продажами: учебник / под общ. ред. проф. С.В. Земляк. ? М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2017. ? 300 с. \

<http://znanium.com/catalog/product/754663>

7.2. Дополнительная литература:

1. Увеличение продаж без особых материальных затрат: клиентинг без бюджета / Клепик М.С. - М.: Дашков и К, 2017. - 86 с.: ISBN 978-5-394-01811-4 \http://znanium.com/catalog/product/430534

2. Управление продажами [Электронный ресурс] : Учебно-практическое пособие / Авт.-сост. И. Н. Кузнецов. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. - 492 с. - ISBN 978-5-394-01593-9. \http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430322

3. Стимулирование продаж: принципы, методы, оценка: Учебное пособие / О.А. Шальнова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 107 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-16-009345-1, 300 экз. \\http://znanium.com/catalog/product/433622

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

НП Гильдия маркетологов - <http://www.marketologi.ru/>

Онлайн энциклопедия маркетинга - <http://marketopedia.ru/>

Электронный журнал о маркетинге - <http://www.4p.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Лекционный материал и указанные литературные источники по соответствующей теме необходимо изучить до посещения соответствующего лекционного занятия, так как лекция в аудитории предполагает раскрытие актуальных и проблемных вопросов рассматриваемой темы, а не содержания лекционного материала. Таким образом, для понимания того, что будет сказано на лекции, необходимо получить базовые знания по теме, которые содержатся в лекционном материале.
практические занятия	Подготовка к практическому занятию включает в себя повторение пройденного материала по вопросам предстоящего опроса. Помимо основного материала обучающийся должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. В среднем, подготовка к практическому занятию по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 3 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации обучающимся своей самостоятельной работы. Опрос предполагает ответ обучающегося на один основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя. Ответ обучающегося должен представлять собой развернутое, связанное, логически выстроенное сообщение. При выставлении оценки преподаватель учитывает правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, умение связывать теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.
самостоятельная работа	Самостоятельная работа является одним из видов учебной деятельности обучающихся, способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня. Самостоятельная работа проводится с целью: <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;<input type="checkbox"/> углубления и расширения теоретических знаний;<input type="checkbox"/> формирования умений использовать специальную литературу;<input type="checkbox"/> развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, ответственности и организованности;<input type="checkbox"/> формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;<input type="checkbox"/> развития исследовательских умений. Основными видами аудиторной самостоятельной работы являются: <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> выполнение практических работ ; работа с литературой и другими источниками информации, в том числе электронными;<input type="checkbox"/> само- и взаимопроверка выполненных заданий;<input type="checkbox"/> решение проблемных и ситуационных задач. Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия: <ul style="list-style-type: none">- готовность студентов к самостоятельному труду;- наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала;- консультационная помощь. Самостоятельная работа может проходить в компьютерном зале, библиотеке, дома. Самостоятельная работа тренирует волю, воспитывает работоспособность, внимание, дисциплину и т.д.

Вид работ	Методические рекомендации
устный опрос	Важнейшей частью семинарского занятия является обсуждение вопросов . В зависимости от формы занятия преподаватель, сформулировав первый вопрос, предлагает выступить желающим или сделать сообщение, заранее подготовленное студентами. Эффективность семинара во многом зависит от содержания выступлений. Поэтому преподавателю важно определить к ним требования, которые должны быть достаточно четкими и в то же время не настолько регламентированными, чтобы сковывать творческую мысль студентов.
письменная работа	Письменная работа. В процессе подготовки письменной работы студенты имеют возможность показать умение аналитически работать с литературой(российской и зарубежной), продемонстрировать навыки обоснованного и развернутого изложения своей точки зрения на исследуемую тему, внести свои предложения. При подготовке любой письменной работы должны быть сформулированы актуальность и важность данной темы, цели и задачи работы, должен быть проведен разбор исследуемых материалов(статьи, монографии, Интернет-ресурсы на русском и иностранном языках) по определенной проблеме, проведено описание подходов ,методов и индикаторов, используемых авторами, проведен их сравнительный анализ с позиции автора письменной работы и, в заключение, сделаны выводы
контрольная работа	В конце изучения каждой темы проводится тематическая контрольная работа, которая является средством промежуточного контроля оценки знаний. Подготовка к ней заключается в повторении пройденного материала и повторном решении заданий, которые рассматривались на занятиях, а также в выполнении заданий для самостоятельной работы.
зачет	Подготовка к зачету является заключительным этапом изучения дисциплины и является средством текущего контроля. В процессе подготовки к зачету выявляются вопросы, по которым нет уверенности в ответе либо непонятно как выполняется практическое задание. Данные вопросы можно уточнить у преподавателя.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Освоение дисциплины "Управление продажами" предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 2010 Professional Plus Russian

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен обучающимся. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань" , доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Освоение дисциплины "Управление продажами" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки не предусмотрено .