

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение менеджмента



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины
Управление продажами БЗ.ДВ.5

Направление подготовки: 080200.62 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Мартынова О.В. , Сайдашева В.А.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от "____" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (отделение менеджмента):

Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) старший преподаватель, к.н. Мартынова О.В. кафедры маркетинга Отделение менеджмента , OIVMartynova@kpfu.ru ; доцент, к.н. (доцент) Сайдашева В.А. кафедры маркетинга Отделение менеджмента , Venera.Sajdasheva@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины "Управление продажами" является формирование у студентов знаний, навыков и компетенций, необходимых для организации эффективной сбытовой деятельности в организациях, а также в сфере розничной торговли.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.5 Профессиональный" основной образовательной программы 080200.62 Менеджмент и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 2 курсе, 4 семестр.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах: Маркетинг, Поведение потребителя, Коммерческая деятельность.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ок-5	Владение культурой мышления, умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
пк-32	Способность анализировать поведение потребителей, источники экономических благ и формирования спроса
пк-39	Умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- способы организации взаимодействия и коммуникации с каналами сбыта;
- организационные структуры отделов продаж, их преимущества и недостатки;
- типы продаж ;
- основные документы, необходимые для сопровождения работы отдела продаж;
- виды мотивации торгового персонала.

2. должен уметь:

- планировать организационную структуру коммерческой дирекции или отдела сбыта;
- составлять план реализации проекта по организации отдела продаж;
- определять необходимую численность персонала отдела продаж;
- оценивать операционную эффективность отдела продаж;
- разрабатывать эффективную систему оплаты труда;
- управлять дебиторской задолженностью;
- проводить отбор кандидатов на должность менеджеров по продажам.

3. должен владеть:

- навыками определения целевого клиентского сектора и формулирования сбытовой стратегии при содействии маркетинговой службой фирмы;
- методами отбора сотрудников в отдел продаж;
- методами личных продаж;
- методикой построения организационной структуры отдела продаж;
- методикой формирования эффективных схем оплаты труда торгового персонала.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- организовать взаимодействие и коммуникации с каналами сбыта;
- сформировать организационные структуры отделов продаж и наделить их набором функций;
- выявлять и анализировать типы продаж ;
- знать и уметь оформлять основные документы, необходимые для сопровождения работы отдела продаж;
- обоснованно осуществлять мотивацию торгового персонала.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 4 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Сбыт как основной показатель эффективности деятельности коммерческого предприятия.	4	1	2	2	0	домашнее задание устный опрос
2.	Тема 2. Система исследований и анализа каналов распределения.	4	2	2	2	0	презентация
3.	Тема 3. Планирование и реализация сбытовой деятельности	4	3	2	2	0	контрольная точка

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
4.	Тема 4. Коммуникационные стратегии в канале сбыта. Анализ сбытовых издержек.	4	4	2	2	0	домашнее задание
5.	Тема 5. Сущность, место отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями фирмы	4	5	2	2	0	презентация
6.	Тема 6. Типы организации отдела продаж на предприятии, их особенности	4	6	2	2	0	контрольная работа
7.	Тема 7. Критерии эффективности деятельности отдела продаж. Подбор, обучение и мотивация сотрудников отделов продаж	4	7	2	2	0	творческое задание презентация
8.	Тема 8. Сущность, цели и основные задачи управления продажами	4	8	2	2	0	презентация
9.	Тема 9. Основные виды продаж. Специализация продаж	4	9	2	2	0	презентация устный опрос
10.	Тема 10. Стадии продаж, их коммуникационная составляющая	4	10	2	2	0	письменная работа
11.	Тема 11. Особенности профессиональной деятельности сотрудников отдела продаж, выполняющих различные функциональные роли	4	11	2	4	0	домашнее задание
12.	Тема 12. Методы и практика взаимодействия торгового персонала с клиентами.	4	12	2	2	0	научный доклад

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
13.	Тема 13. Взаимосвязь сбытовой деятельности предприятия и маркетинга	4	13	2	2	0	презентация
	Тема . Итоговая форма контроля	4		0	0	0	экзамен
	Итого			26	28	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Сбыт как основной показатель эффективности деятельности коммерческого предприятия.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Содержание понятия "сбыт" и его роль в современном предпринимательстве 2. Типы сбытовой деятельности в условиях рынка 3. Значение сбыта в достижении цели деятельности коммерческой организации

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Содержание понятия "сбыт" и его значение для коммерческих организаций 2. Типы сбытовой деятельности в условиях рыночных отношений 3. Значение сбыта в достижении цели деятельности коммерческой организации

Тема 2. Система исследований и анализа каналов распределения.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 3. Планирование и реализация сбытовой деятельности

лекционное занятие (2 часа(ов)):

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 4. Коммуникационные стратегии в канале сбыта. Анализ сбытовых издержек.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 5. Сущность, место отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями фирмы

лекционное занятие (2 часа(ов)):

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 6. Типы организации отдела продаж на предприятии, их особенности

лекционное занятие (2 часа(ов)):

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 7. Критерии эффективности деятельности отдела продаж. Подбор, обучение и мотивация сотрудников отделов продаж

лекционное занятие (2 часа(ов)):

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 8. Сущность, цели и основные задачи управления продажами

лекционное занятие (2 часа(ов)):

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 9. Основные виды продаж. Специализация продаж

лекционное занятие (2 часа(ов)):

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 10. Стадии продаж, их коммуникационная составляющая

лекционное занятие (2 часа(ов)):

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 11. Особенности профессиональной деятельности сотрудников отдела продаж, выполняющих различные функциональные роли

лекционное занятие (2 часа(ов)):

практическое занятие (4 часа(ов)):

Тема 12. Методы и практика взаимодействия торгового персонала с клиентами.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тема 13. Взаимосвязь сбытовой деятельности предприятия и маркетинга

лекционное занятие (2 часа(ов)):

практическое занятие (2 часа(ов)):

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Сбыт как основной показатель эффективности деятельности коммерческого предприятия.	4	1	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
2.	Тема 2. Система исследований и анализа каналов распределения.	4	2	подготовка к презентации	2	презентация
3.	Тема 3. Планирование и реализация сбытовой деятельности	4	3	подготовка к контрольной точке	2	контрольная точка
4.	Тема 4. Коммуникационные стратегии в канале сбыта. Анализ сбытовых издержек.	4	4	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
5.	Тема 5. Сущность, место отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями фирмы	4	5	подготовка к презентации	2	презентация

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
6.	Тема 6. Типы организации отдела продаж на предприятии, их особенности	4	6	подготовка к контрольной работе	4	контрольная работа
7.	Тема 7. Критерии эффективности деятельности отдела продаж. Подбор, обучение и мотивация сотрудников отделов продаж	4	7	подготовка к презентации	1	презентация
				подготовка к творческому экзамену	1	творческое задание
8.	Тема 8. Сущность, цели и основные задачи управления продажами	4	8	подготовка к презентации	4	презентация
9.	Тема 9. Основные виды продаж. Специализация продаж	4	9	подготовка к презентации	1	презентация
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос
10.	Тема 10. Стадии продаж, их коммуникационная составляющая	4	10	подготовка к письменной работе	4	письменная работа
11.	Тема 11. Особенности профессиональной деятельности сотрудников отдела продаж, выполняющих различные функциональные роли	4	11	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
12.	Тема 12. Методы и практика взаимодействия торгового персонала с клиентами.	4	12		2	научный доклад
13.	Тема 13. Взаимосвязь сбытовой деятельности предприятия и маркетинга	4	13	подготовка к презентации	2	презентация
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Мультимедийное устройство

Деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций,

Встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Сбыт как основной показатель эффективности деятельности коммерческого предприятия.

домашнее задание , примерные вопросы:

Выявить и охарактеризовать содержание понятия сбыт как основной показатель эффективности деятельности коммерческого предприятия

устный опрос , примерные вопросы:

Сбыт как основной показатель эффективности деятельности коммерческого предприятия

Тема 2. Система исследований и анализа каналов распределения.

презентация , примерные вопросы:

Система исследований и анализа каналов распределения в целях продвижения логистических услуг

Тема 3. Планирование и реализация сбытовой деятельности

контрольная точка , примерные вопросы:

по вопросам темы 3

Тема 4. Коммуникационные стратегии в канале сбыта. Анализ сбытовых издержек.

домашнее задание , примерные вопросы:

Произвести анализ сбытовых издержек на примере производственной организации, имеющей логистический сервис

Тема 5. Сущность, место отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями фирмы

презентация , примерные вопросы:

Значимость отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями фирмы, имеющей логистический сервис

Тема 6. Типы организации отдела продаж на предприятии, их особенности

контрольная работа , примерные вопросы:

Принципы организации отдела продаж на предприятии с учетом оказания сервисных услуг в логистической деятельности

Тема 7. Критерии эффективности деятельности отдела продаж. Подбор, обучение и мотивация сотрудников отделов продаж

презентация , примерные вопросы:

Подбор, обучение и мотивация сотрудников отделов продаж фирмы, имеющей логистический сервис

творческое задание , примерные вопросы:

Выявить и охарактеризовать методы продвижения логистических услуг на рынке

Тема 8. Сущность, цели и основные задачи управления продажами

презентация , примерные вопросы:

Сущность, цели и основные задачи управления продажами во взаимосвязи с продвижением логистических услуг на рынке

Тема 9. Основные виды продаж. Специализация продаж

презентация , примерные вопросы:

Основные виды продаж и продвижения логистических услуг.

устный опрос , примерные вопросы:

по вопросам темы 9

Тема 10. Стадии продаж, их коммуникационная составляющая

письменная работа , примерные вопросы:

Охарактеризовать стадии продвижения логистических услуг, их коммуникационную составляющую

Тема 11. Особенности профессиональной деятельности сотрудников отдела продаж, выполняющих различные функциональные роли

домашнее задание , примерные вопросы:

Выявить и охарактеризовать особенности профессиональной деятельности сотрудников отдела продаж, выполняющих различные функциональные роли

Тема 12. Методы и практика взаимодействия торгового персонала с клиентами.

научный доклад , примерные вопросы:

Методы и практика взаимодействия торгового персонала с клиентами сервисной организации (логистического 3PL-провайдера)

Тема 13. Взаимосвязь сбытовой деятельности предприятия и маркетинга

презентация , примерные вопросы:

Взаимосвязь сбытовой и сервисной деятельности предприятия с маркетингом

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Пример экзаменационного билета

1. Роль и значение маркетинга в продвижении логистических услуг на рынке
2. Основные методы продвижения логистических услуг на региональном рынке

7.1. Основная литература:

1. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для вузов. 8-е изд., перераб. и доп. - М: Издательско-торговая корпорация "Дашков и КО", 2011.

<http://znanium.com/bookread.php?book=132543>

2. Практикум по коммерческой деятельности: учебное пособие/ Под ред. Ф.Г. Панкратова и др. - М.: Маркетинг, 2010.

<http://znanium.com/bookread.php?book=170897>

3. Розничная торговля в России: Монография / Ю.К. Баженов. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 239 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль). (переплет) ISBN 978-5-16-004697-6, 500 экз.//

<http://znanium.com/bookread.php?book=232215>

7.2. Дополнительная литература:

1. Абчук В.А. Коммерция: учебник. - С.-Пб.: Изд-во Михайлова В.А., 2009.

<http://znanium.com/bookread.php?book=329767>

2. Герчикова И. Н. Международное коммерческое дело: учебник для вузов.- М.: ИВЦ "Маркетинг", 2010. <http://znanium.com/bookread.php?book=189881>

3. Доходы, расходы и прибыль в организациях торговли: Учебное пособие / Ю.К. Баженов, Г.Г. Иванов. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 96 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-8199-0565-4, 300 экз.//

<http://znanium.com/bookread.php?book=421955>

7.3. Интернет-ресурсы:

журнал - www.ros-torg.net

журнал - www.rbk.ru

информационно-справочная система - www.garant.ru

поисковая система - www.mail.ru

поисковая система - www.rambler.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

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.

В процессе преподавания курса "Управление продажами" используются: конспект лекций, учебно-методические пособия:

таблицы;

логические схемы;

деловые игры.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 080200.62 "Менеджмент" и профилю подготовки Маркетинг .

Автор(ы):

Мартынова О.В. _____

Сайдашева В.А. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В. _____

"__" _____ 201__ г.