

# МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



## Управление продажами

### Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки/  
Специальность

38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) программы/

Коммерция и электронная торговля

Специализация

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Форма обучения

очная

Год набора

2023

Составитель(и):

к.э.н. Олейник Наталья Михайловна

Часов по учебному плану	180	<b>Виды контроля в семестрах:</b>  Экзамен: семестр 7 Курсовая работа: семестр 7
в том числе:		
контактная работа	80	
самостоятельная работа	64	
практическая подготовка	0	
часов на контроль	36	

#### Распределение часов дисциплины:

Семестр:	7
Вид занятий	Часы
Лекционные занятия	24
Практические занятия	56
Лабораторные работы	0
<b>Итого аудиторных часов</b>	<b>80</b>
Самостоятельная работа	64
Часы на контроль	36
<b>Итого академических часов</b>	<b>180</b>
<b>Общая трудоемкость в зачетных единицах</b>	<b>5</b>

Санкт-Петербург  
2023

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>3</b>
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....</b>	<b>3</b>
<b>3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....</b>	<b>3</b>
<b>4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ* .....</b>	<b>4</b>
<b>5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>6</b>
<b>5.1 Рекомендуемая литература .....</b>	<b>6</b>
<b>5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в     т.ч. отечественного производства .....</b>	<b>6</b>
<b>5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных     профессиональных баз данных (СПБД).....</b>	<b>6</b>
<b>6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>7</b>
<b>7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>8</b>
<b>8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ .....</b>	<b>9</b>
<b>ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....</b>	<b>11</b>
<b>1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации .....</b>	<b>11</b>
<b>1.2 Темы письменных работ.....</b>	<b>12</b>
<b>1.3 Контрольные точки .....</b>	<b>13</b>
<b>1.4 Другие объекты оценивания .....</b>	<b>13</b>
<b>1.5 Самостоятельная работа обучающегося .....</b>	<b>13</b>
<b>1.6 Шкала оценивания результата .....</b>	<b>13</b>

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>Цель:</b>	Формирование системы знаний, умений и навыков в области организации, управления и развития торгового бизнеса и коммерческой деятельности предприятий в цифровой экономике.
--------------	--

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В Управление продажами относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3 - Способен осуществлять организацию, управление и развитие торгового бизнеса и коммерческой деятельности предприятий в цифровой экономике	ПК-3.2 - Разрабатывает функциональные стратегии с целью обеспечения эффективности реализации торгово-технологических/коммерческих процессов операционной деятельности предприятий и развития бизнеса в цифровой экономике	<p>Знать: особенности организации, управления и развития торгового бизнеса и коммерческой деятельности предприятий в цифровой экономике. Систему управления продажами коммерческого предприятия в цифровой экономике и управленческие процессы, связанные с продажей товаров и услуг.</p> <p>Уметь: оценивать результаты организации, управления и развития торгового бизнеса и коммерческой деятельности предприятий в цифровой экономике. Использовать знания по управлению продажами в организации работы отдела продаж коммерческого предприятия за счет внедрения современных технологий с целью обеспечения эффективности деятельности.</p> <p>Владеть: методами организации, управления и развития торгового бизнеса и коммерческой деятельности предприятий в цифровой экономике. Приемами разработки концепции и решения задач в области управления продажами с целью обеспечения эффективности деятельности коммерческих предприятий и развития торгового бизнеса в цифровой экономике.</p>

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ\*

Номер и наименование тем и/или разделов/тем	Содержание дисциплины	Объем дисциплины (академические часы)			
		Контактная работа			СРО
		ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
Тема 1. Сущность, системный подход и концепция управления продажами в торговом бизнесе	Предмет, цель и задачи дисциплины. Определение основных понятий дисциплины: сбытовая деятельность, продажа, управление процессом продаж, эффективная система продаж. Продажа и сбыт как часть маркетинговой функции предприятия. Цели и основные задачи системы управления продажами коммерческими предприятиями в цифровой экономике. Концепция управления продажами. Участники системы продаж: производители, потребители, посредники, торговые организации, государственные органы, другие заинтересованные структуры. Бизнес-процессы продаж. Элементы эффективной системы управления продажами.	2	6		8
Тема 2. Организация работы отдела продаж	Управленческие процессы, связанные с продажами товаров и услуг. Целеполагание создания отдела исходя из миссии компании. Типы организационных структур отдела продаж. Факторы, влияющие на построение отдела продаж торгового предприятия. Структура регламентов: положение об отделе продаж, должностные инструкции. Подразделения, взаимодействующие с отделом продаж. Построение отношений отдела продаж с другими подразделениями. Развитие отдела продаж: аудит системы продаж и определение текущего положения в отделе продаж; разработка стратегии развития отдела продаж; внедрение изменений в существующий отдел продаж.	2	6		8
Тема 3. Организация и управление системой продаж товаров и услуг	Виды продаж. Формы продаж. Функциональные зоны продаж. Этапы продаж. Виды, характеристика и формирование каналов продаж. Методы продаж товаров/услуг. Характеристика метода «воронка продаж», его роль в управлении продажами, функции, этапы. Методы организации продаж в современном ритейле: традиционный, мультиканальный, омниканальный. Онлайн-инструменты для привлечения клиентов. Работа с целевыми клиентами. Управление взаимоотношениями: поиск потенциальных клиентов, выстраивание продаж под потребности конкретных клиентов, презентации и переговоры, подбор аргументов, заключение сделок. Схема презентации товара AIDA. Новые практики и технологии продаж.	6	14		14
Тема 4. Прогнозирование и планирование продаж	Термины «прогнозирование» и «планирование» продаж. Стратегия продаж как основа коммерческой политики торговой компании. Управление продажами: стратегическое, тактическое, клиентоориентированное. Методы	4	8		12

	прогнозирования продаж: субъективные: мнения персонала, мнения ключевых руководителей, метод Дельфи); объективные: прогнозирование на основе экспертных данных, прогнозирование на основе данных результатах процессов, прогнозирование на основе данных о показателях процессов. Прогнозирование продаж на основе анализа корреляций. Сущность, цели и задачи планирования продаж. Уровни планирования. Этапы составления плана. Показатели плана продаж. Постановка, корректировка и реализация плана продаж. Планирование продаж в Excel. Риски и их нейтрализация.				
Тема 5. Управление финансами при управлении продажами	Бюджет продаж, его оценка и распределение. Внутренний и внешний контроль продаж. Мониторинг продаж. Оценка системы продаж. Регулирование системы продаж в зависимости от результатов.	2	6		6
Тема 6. Управление торговым персоналом	Цели, задачи, функции руководителя отдела продаж. Стили организационно-управленческой работы с малыми коллективами. Организация работы персонала отдела продаж. Функциональные обязанности персонала по реализации товаров/услуг. Должностные инструкции сотрудников отдела продаж. Формы обучения персонала отдела продаж. Мотивации персонала. Методы оценки работы персонала. Система контроля сроков исполнения задач. Ведение переговоров о реализации товаров/услуг. Схема презентации товара AIDA. Технологии организационно-управленческой работы с малыми коллективами, процедурами и техникой нормирования труда на коммерческих предприятиях. Совершенствование работы отдела продаж коммерческого предприятия за счет внедрения современных технологий. Конфликты в процессе продаж, методы их разрешения. Психологические источники успешных продаж. Роль наставничества в управлении продажами.	4	12		10
Тема 7. Автоматизации процесса управления продажами	Цели и задачи внедрения CRM-систем. Классификация CRM-систем. Этапы внедрения CRM-системы. Достоинства и недостатки. Оценка эффективности системы управления продажами.	4	4		6
<b>Контроль:</b>					<b>36</b>
<b>Всего по дисциплине:</b>		<b>24</b>	<b>56</b>	<b>0</b>	<b>64</b>

\*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1 Рекомендуемая литература

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Электронные ресурсы
Лифиц И. М. Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 405 с. — (Бакалавр. Прикладной курс).	<a href="https://urait.ru/viewer/tovarnyy-menedzhment-466184">https://urait.ru/viewer/tovarnyy-menedzhment-466184</a>
Коммерческая деятельность : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 404 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс).	<a href="https://urait.ru/viewer/kommercheskaya-deyatelnost-468978">https://urait.ru/viewer/kommercheskaya-deyatelnost-468978</a>
Магомедов А. М. Экономика организаций торговли : учебник для прикладного бакалавриата / А. М. Магомедов. — 2-е изд., пер. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 266 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс).	<a href="https://urait.ru/viewer/ekonom...ka-organizaciy-torgovli-473534">https://urait.ru/viewer/ekonom...ka-organizaciy-torgovli-473534</a>

### 5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства

- 7-Zip
- ОС АЛТ образование 10
- LibreOffice

### 5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД/ ИСС
1.	Электронная библиотека Grebennikon.ru – <a href="http://www.grebennikon.ru">www.grebennikon.ru</a>
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY – <a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>
3.	Научная электронная библиотека КиберЛеника – <a href="http://www.cyberleninka.ru">www.cyberleninka.ru</a>
4.	База данных ПОЛПРЕД Справочники – <a href="http://www.polpred.com">www.polpred.com</a>
5.	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary <a href="http://www.oecd-ilibrary.org">www.oecd-ilibrary.org</a>
6.	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a> )
7.	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или <a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a> )
8.	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или <a href="http://www.kodeks.ru">www.kodeks.ru</a> )

9.	Электронная библиотечная система BOOK.ru - <a href="http://www.book.ru">www.book.ru</a>
10.	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – <a href="http://www.urait.ru">www.urait.ru</a>
11.	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – <a href="http://www.znanium.com">www.znanium.com</a>
12.	Электронная библиотека СПбГЭУ – <a href="http://opac.unicon.ru">opac.unicon.ru</a>

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование учебных аудиторий, перечень	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
Ауд. 411 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 32 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., трибуна - 1 шт., тумба - 1 шт. Моноблок Acer Aspire Z1811 Intel Core i5-2400S@2.50GHz/4Gb/1Tb - 1 шт., Мультимедиа проектор Epson EB-X02 - 1 шт., Экран проекцион. Projecta Compact Electrol 153x200 см MATTE White S - 1 шт., Колонки Hi-Fi PRO MASKGT-W- (2шт.) - 1 шт., Звуковой к-т (микшер-усилитель Apart Concept+ микрофон BEHRINGER) - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	192007, г. Санкт-Петербург, ул. Прилукская, д. 3, лит. А
Ауд. 517 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 32 посадочных мест, рабочее место преподавателя, трибуна аудиторная - 1 шт., доска аудиторная - 1 шт., Моноблок Acer Aspire Z1811 Intel Core i5-2400S@2.50GHz/4Gb/1Tb - 1 шт., Микшер усилитель Jedia TA-1120 - 1 шт., Акустическая система Hi-Fi PRO MASKGT-W - 2 шт., Мультимедийный проектор Optoma x 400 - 1 шт., Экран Lumen Master 203*153 см - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	192007, г. Санкт-Петербург, ул. Прилукская, д. 3, лит. А
Ауд. 210 Компьютерный класс (для проведения практических занятий,	192007, г. Санкт-

<p>урсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 14 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска аудиторная - 1 шт., трибуна аудиторная - 1 шт., Компьютер Моноблок FOX MIMO 4450 2.8Gh\4gb\500GB\DVD-RW\21.5\WiFi\Lan - 16 шт., Проектор NEC NP610 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	<p>Петербург, ул. Прилукская, д. 3, лит. А</p>
--	--

## 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со следующими документами:

- учебно-методической документацией;
- локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;
- графиком консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях семинарского типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава СПбГЭУ согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на формирование:

- фундаментальных основ мировоззрения обучающихся и естественнонаучного познания;
- базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую и профессиональную основу для подготовки кадров;
- профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;



- индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний, определяемые представителями рынка труда;
- метанавыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

## **8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как

совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

# ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

## 1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации

- 1 Определение основных понятий дисциплины: сбытовая деятельность, продажа, управление продажами, эффективная система продаж.
- 2 Цели, основные задачи управления продажами, субъекты и объекты продаж.
- 3 Целеполагание создания отдела продаж исходя из миссии компании. Принципы построения отдела продаж.
- 4 Продажи как система. Участники системы продаж: производители, потребители, посредники, государственные институты, торговые организации, другие заинтересованные структуры.
- 5 Концепция управления продажами. Элементы эффективной системы управления продажами.
- 6 Эволюция теории и практики управления продажами.
- 7 Организация работы отдела продаж.
- 8 Типы организационных структур отдела продаж.
- 9 Факторы, влияющие на построение отдела продаж. Критерии выбора структуры отдела продаж.
- 10 Последовательность этапов построения отдела продаж.
- 11 Структура регламентов: положение об отделе продаж, должностные инструкции.
- 12 Построение отношений отдела продаж с другими подразделениями.
- 13 Развитие отдела продаж: аудит системы продаж и определение текущего положения в отделе продаж; разработка стратегии развития отдела продаж; внедрение изменений в существующий отдел продаж.
- 14 Организация системы продаж товаров и услуг: виды, формы, зоны и этапы продаж.
- 15 Характеристика факторов, влияющих на продажи.
- 16 Управление продажами как часть управленческой деятельности. Требования к компетенциям менеджера и руководителя отдела продаж.
- 17 Уникальное торговое предложение, этапы создания, предложение.
- 18 Виды, характеристика и формирование каналов продаж.
- 19 Характеристика видов продаж: простые / операционные / транзакционные, консультационные, сложные / стратегические.
- 20 Характеристика методов продаж товаров/услуг по различным классификационным признакам.
- 21 Методы организации продаж в современном ритейле: традиционный, мультиканальный, омниканальный. Достоинства, недостатки.
- 22 Характеристика этапов продаж на рынках B2C, B2B.
- 23 Технология продаж по методу СПИН.
- 24 Показатели оценки эффективности процесса продаж: абсолютные, относительные.
- 25 Виды, характеристика, сегментация, этапы формирования каналов продаж.
- 26 Характеристика метода «воронка продаж», его роль в управлении продажами, функции, этапы.
- 27 Показатели, отражающие эффективность применения воронки продаж.
- 28 Работа с целевыми клиентами. Онлайн-инструменты для привлечения клиентов.
- 29 Управление взаимоотношениями с клиентами: поиск потенциальных клиентов, выстраивание продаж под потребности конкретных клиентов, презентации и переговоры, подбор аргументов, заключение сделок.
- 30 Новые практики и технологии продаж.
- 31 Методы прогнозирования и планирования продаж: субъективные, объективные.
- 32 Управление продажами: стратегическое, тактическое, клиентоориентированное.

- 33 Основные этапы разработки статистических прогнозов.
- 34 Основные направления планирования продаж.
- 35 Факторы, влияющие на объем возможных продаж, их учет при разработке плана.
- 36 Уровни планирования. Этапы составления плана. Показатели плана продаж.
- 37 Постановка, корректировка и реализация плана продаж.
- 38 Планирование объема продаж в отделе продаж, этапы, показатели.
- 39 Характеристика бизнес-процессов продаж коммерческого предприятия.
- 40 Управление финансами при управлении продажами. Бюджет продаж, его оценка и распределение.
- 41 Внутренний и внешний контроль продаж. Мониторинг продаж. Оценка системы продаж.
- 42 Управление торговым персоналом: планирование, организация, мотивация, обучение, оценка, контроль.
- 43 Цели, задачи, функции руководителя отдела продаж.
- 44 Формы и методы обучения персонала отдела продаж.
- 45 Ведение переговоров о реализации товаров/услуг.
- 46 Конфликты в процессе продаж, методы их разрешения.
- 47 Роль наставничества в управлении продажами.
- 48 Классификация, цели и задачи внедрения CRM-систем.
- 49 Этапы внедрения CRM-системы, достоинства и недостатки.
- 50 Оценка эффективности системы управления продажами.

## **1.2 Темы письменных работ**

- 1 Преимущества и проблемы развития электронной коммерции
- 2 Модели электронной коммерции на рынках B2C и B2B
- 3 Сайт как инструмент электронной торговли
- 4 Преимущества и проблемы развития электронной торговли
- 5 Интернет-магазины как современная форма организации дистанционных продаж
- 6 Взаимосвязь маркетинга и управления в процессе организации продаж
- 7 Особенности электронной торговли и ее отличие от традиционного способа продаж
- 8 Электронная коммерция как инструмент управления коммерческой деятельностью
- 9 Проблемы управления в электронной коммерции и пути их решения
- 10 Этапы планирования продаж торговой компании в сети интернет
- 11 Применение метода воронки в управлении продажами
- 12 Маркетинговые коммуникации в электронной коммерции
- 13 Цели, методы и основные критерии оценки управления клиентской базой в продажах
- 14 Способы привлечения клиентов с помощью социальных сетей
- 15 Электронная торговля. Виды электронных торговых площадок
- 16 Сравнительная характеристика и выбор CRM системы для отдела продаж
- 17 Коммерция в социальных сетях. Инструменты SMM
- 18 Развитие электронной торговли в России
- 19 Функционирование и развитие электронных торговых площадок в России
- 20 Интернет – магазин как основной инструмент электронной торговли
- 21 Исторический обзор формирования и развития электронной торговли
- 22 Основные категории электронной коммерции
- 23 Настоящее и будущее технологии Big Data и ее роль в электронной коммерции
- 24 Электронная коммерция на потребительском рынке товаров и услуг
- 25 Тенденции развития электронной коммерции в современных условиях
- 26 Web-сайт – основа электронной торговли, основной инструмент продаж

- 27 Безопасность электронной коммерции
- 28 Классификация моделей электронной торговли
- 29 Стимулирование продаж в электронной торговле
- 30 Инфраструктура системы электронной коммерции

### 1.3 Контрольные точки

Номер контрольной точки	Тип контрольной точки	Способ проведения	Номера тем
1	Тест	письменно	1,2,3,4
2	Контрольная работа	письменно	5,6,7
3	Текущий контроль	с помощью технических средств и информационных систем	1-7

### 1.4 Другие объекты оценивания

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

### 1.5 Самостоятельная работа обучающегося

Наименования самостоятельной работы	Номера тем
Подготовка к лекционным и практическим занятиям	1-7
Подготовка к экзамену	1-7
Курсовое проектирование	1-7

### 1.6 Шкала оценивания результата

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения **по дисциплине** регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе.

Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется **балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся**:

Формой итогового контроля по дисциплине является экзамен (или дифференцированный зачет), итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
$\leq 54$	неудовлетворительно
55-69	удовлетворительно
70-84	хорошо
$\geq 85$	отлично

## Шкала оценивания результата

2 (балл до 54)	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.
3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.
4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения.
5 (балл 85-100)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продemonстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.