МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

|  |  |
| --- | --- |
|  | УТВЕРЖДАЮ  Проректор по образовательной деятельности  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.Г. Шубаева  «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_г. |

***Управление продажами***

**Рабочая программа дисциплины**

|  |  |
| --- | --- |
| Направление подготовки/ *Специальность* | *38.03.06 Торговое дело* |
| Направленность (профиль) программы/  *Специализация* | *Коммерция и электронная торговля* |
| Уровень высшего образования | *Бакалавриат* |
| Форма обучения | *очная* |
| Год набора | *2025* |

Составитель*(и)*:

|  |
| --- |
| к.э.н, Абрамчук Ольга Валентиновна |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Часов по учебному плану | 180 | **Виды контроля в семестрах:**   |  | | --- | | 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 |  |
| **Итого аудиторных часов** | **80** |
| Самостоятельная работа | 64 |
| Часы на контроль | 36 |
| **Итого академических часов** | **180** |
| **Общая трудоемкость в зачетных единицах** | **5** |

Санкт-Петербург

2025

**СОДЕРЖАНИЕ**

[**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** 3](#_Toc83656871)

[**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ** 3](#_Toc83656872)

[**3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ** 3](#_Toc83656873)

[**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ\*** 3](#_Toc83656874)

[**5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ** 6](#_Toc83656875)

[**5.1 Рекомендуемая литература** 6](#_Toc83656876)

[**5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства** 6](#_Toc83656877)

[**5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)** 6](#_Toc83656878)

[**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ** 7](#_Toc83656879)

[**7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ** 8](#_Toc83656880)

[**8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ** 9](#_Toc83656881)

[**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ** 11](#_Toc83656882)

[**1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации** 11](#_Toc83656883)

[**1.2 Темы письменных работ** 12](#_Toc83656884)

[**1.3 Контрольные точки** 13](#_Toc83656885)

[**1.4 Другие объекты оценивания** 13](#_Toc83656886)

[**1.5 Самостоятельная работа обучающегося** 13](#_Toc83656887)

[**1.6 Шкала оценивания результата** 13](#_Toc83656888)

# **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Цель:** | 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 | Знать: организационно-управленческие основы развития торгового бизнеса и коммерческой деятельности предприятий в цифровой экономике  Уметь: разрабатывать функциональные стратегии развития бизнеса в цифровой экономике.  Владеть: методами оценки эффективности реализации торгово-технологических/коммерческих процессов операционной деятельности предприятий в цифровой экономике. |

# **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 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. | | 4 | | 8 |  | 12 |
| 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 |
| **Контроль:** | | | | | | | **36** |
| **Всего по дисциплине:** | | **24** | | **56** | |  | **64** |

\*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). | <https://urait.ru/viewer/tovarnyy-menedzhment-466184> |
| 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). | <https://urait.ru/viewer/kommercheskaya-deyatelnost-468978> |
| 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). | [https://urait.ru/viewer/ekonom ... ka-organizaciy-torgovli-473534](https://urait.ru/viewer/ekonomika-organizaciy-torgovli-473534) |

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

|  |
| --- |
| - 7-Zip |
| - ОС Альт образование 10 |
| - LibreOffice Base |
| - LibreOffice Calc |
| - LibreOffice Writer |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **№** | **Наименование СПБД/ ИСС** |
| 1. | Электронная библиотека Grebennikon.ru – [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru) |
| 2. | Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru |
| 3. | Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru |
| 4. | База данных ПОЛПРЕД Справочники – [www.polpred.com](http://www.polpred.com) |
| 5. | База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary  [www.oecd-ilibrary.org](http://www.oecd-ilibrary.org) |
| 6. | Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс  СПбГЭУ или www.consultant.ru) |
| 7. | Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru) |
| 8. | Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс  СПбГЭУ или www.kodeks.ru) |
| 9. | Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru |
| 10. | Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru |
| 11. | Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – [www.znanium.com](http://www.znanium.com) |
| 12. | Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru |

# **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 - 1шт., трибуна - 1шт., тумба - 1шт.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 cм 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 MASK6T-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, курсового 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. | 192007, г. Санкт-Петербург, ул. Прилукская, д. 3, лит. А |

# **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 | Развития 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 В2С, В2В. |
| 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 | с помощью технических средств и информационных систем | 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 |
| <=54 | неудовлетворительно |
| 55-69 | удовлетворительно |
| 70-84 | хорошо |
| >=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.  Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход. |