

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета
Дата подписания: 20.07.2023 16:43:11
Уникальный программный ключ:
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ
по дисциплине «Управление продажами»
для студентов направления подготовки
38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль): «Управление бизнесом»

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

Практическое занятие №1-2. Тема 1. Теоретические аспекты управления продажами.

Практическое занятие №3-6. Тема 2. Сегментация рынка.

Практическое занятие №7-10 Тема 3. Формирование каналов сбыта.

Практическое занятие №11-13. Тема 4. Управление отделом продаж на предприятии.

Практическое занятие №14-16. Тема 5. Управление деятельностью торгового персонала.

Рекомендуемая литература

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Введение

Целью освоения дисциплины является формирование универсальной (УК-2) и профессиональной компетенций (ПК-7) будущего бакалавра по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль: Управление бизнесом). Основная цель курса «Управление продажами» - сформировать теоретические знания и получить практические навыки решения задач в области управления продажами современного предприятия.

В соответствии с целью изучения дисциплины определяются ее задачи, среди которых:

- сформировать понимание концепции управления продажами с позиции различных подходов;
- освоить сущность построения и управления распределительной системы предприятия: понятие и виды каналов сбыта, условия выбора определенных каналов сбыта, характеристика посредников, их мотивация и контроль деятельности;
- изучить основы функционирования отдела продаж на предприятии: принципы организационного построения и этапы процесса управления»;
- рассмотреть основные этапы процесса продажи и определить особенности их реализации;
- освоить на примере практического материала методики решения задач в области управления продажами.

Объектом изучения дисциплины является процесс продаж, как инструмент управления.

Предмет изучения дисциплины – методы, приемы, инструменты, алгоритмы и стратегии продаж.

Дисциплина «Управление продажами» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений дисциплины по выбору ОП ВО подготовки бакалавра направления 38.03.02 Менеджмент (профиль: Управление бизнесом) и реализуется в 8 семестре ОФО и 9 семестре ОЗФО.

Формируемые в процессе изучения компетенции (индикаторы):

ИД-1 УК-2 - Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение; определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач;

ИД-5 ПК-7 - Способен участвовать в разработке и реализации программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Практическое занятие № 1 -2

Тема 1. Теоретические аспекты управления продажами

Цель: изучить сущность управления продажами и содержание основных моделей управления продажами фирмы.

Организационная форма: собеседование

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

- знать теоретические основы управления продажами, современные подходы к управлению продажами;
- уметь использовать термины и основные понятия, относящиеся к теме;
- владеть готовностью и способностью использовать понятийный аппарат темы.

Формируемые компетенции (индикаторы): ИД-1 УК-2, ИД-5 ПК-7.

Актуальность темы: обусловлена тем, что продажи играют жизненно важную роль как в экономической системе в целом, так и функционировании организации.

В теоретической части рассматриваются авторские подходы к трактовке понятия «управление продажами».

Вопросы для собеседования:

1. Понятие «управление продажами».
2. Трактовка понятия «управление продажами» различными авторами.

Рекомендуемая литература:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	1,2	1	1-7

Практическое занятие № 3-6

Тема 2. Сегментация рынка.

Цель: Изучить понятие и сущность сегментирования.

Организационная форма: собеседование

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

- знать понятие и сущность сегментирования, виды и критерии сегментации;
- уметь определять целевой сегмент;
- владеть готовностью и способностью использовать понятийный аппарат темы.

Формируемые компетенции (индикаторы): ИД-1 УК-2, ИД-5 ПК-7.

Актуальность темы: заключается обусловлена тем, что успех фирмы в конкурентной борьбе будет во многом зависеть от того, насколько правильно выбран сегмент рынка.

В теоретической части рассматриваются следующие темы:

1. Понятие и сущность сегментирования.
2. Этапы сегментирования
3. Виды и критерии сегментации
4. Стратегия и возможности сегментации рынка

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННЫМ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C88000043E8AB8B952305E7BA65000600000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Вопросы для собеседования:

1. Критерии сегментации рынков B2B.
2. Критерии сегментации рынков B2C.

Рекомендуемая литература:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	1	1	1-7

Практическое занятие № 7-10

Тема 3. Формирование каналов сбыта

Цель: Изучить сущность и содержание сбытовой стратегии фирмы.

Организационная форма: собеседование

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

- знать каналы сбыта товаров и услуг: виды и функции.
- уметь характеризовать основных участников каналов распределения, оценивать их значение для реализации сбытовой стратегии фирмы;
- владеть готовностью и способностью использовать понятийный аппарат темы.

Формируемые компетенции (индикаторы): ИД-1 УК-2, ИД-5 ПК-7.

Актуальность темы: заключается в том, что существование любой организации невозможно без постоянного ежедневного принятия и реализации тех или иных решений в области сбыта продукции и выбора каналов распределения.

В теоретической части рассматриваются следующие темы:

1. Формирование каналов распределения
2. Классификация торговых предприятий
3. Мотивация участников каналов распределения.
4. Контроль и оценка эффективности каналов распределения

Вопросы для собеседования:

1. Формирование каналов распределения.
2. Формы прямого канала сбыта.
3. Типы посредников и их характеристика.
4. Классификация торговых предприятий.
5. Критерии выбора посредников.
6. Методы выбора посредников.

Рекомендуемая литература:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	2	1	1-7

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Практическое занятие № 11-13

Тема 4. Управление отделом продаж на предприятии

Цель: Изучить структуру работы отдела продаж.

Организационная форма: собеседование.

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

- знать технологию структурирования работы отдела продаж;
- уметь использовать термины и основные понятия, относящиеся к теме;
- владеть методами определения и корректировки численности персонала.

Формируемые компетенции (индикаторы): ИД-1 УК-2, ИД-5 ПК-7.

Актуальность темы: В современных условиях коммерческий успех все больше зависит от результатов «командной» работы, поэтому для успешного ведения бизнеса важна роль каждого из подразделений коммерческой фирмы, однако именно отдел сбыта является связующим звеном между бизнесом и клиентом, успех работы сбытового подразделения напрямую влияет на функционирование как всей компании так и каждого из её отделов.

В теоретической части рассматриваются следующие темы:

1. Планирование продаж
2. Построение отдела продаж
3. Мотивация сотрудников отдела продаж
4. Контроль деятельности отдела продаж

Вопросы для собеседования:

1. Основные этапы создания отдела продаж исходя из миссии компании.
2. Основные виды структуры отдела продаж.
3. Основные типы продавцов.
4. Мотивация персонала, самомотивация.

Рекомендуемая литература:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	1	1	1-7

Практическое занятие № 14-16

Тема 5. Управление деятельностью торгового персонала

Цель: Изучить основные аспекты управления деятельностью торгового персонала.

Организационная форма: собеседование

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

- знать особенности работы торгового персонала;
- уметь работать с возражениями покупателей;
- владеть навыками организации презентации товара.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
Электронно-цифровой подписью
Сертификат: 2C0000043E8AB8B952385E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Формируемые компетенции (индикаторы): ИД-1 УК-2, ИД-5 ПК-7.

Актуальность темы: Торговый персонал является связующим звеном между компанией и ее покупателями. Для большинства клиентов торговый представитель олицетворяет компанию. Для фирмы же он является источником необходимой информации о пожеланиях потребителей. Ключ к формированию эффективной службы сбыта, как один из способов получения конкурентного преимущества – это правильный отбор кандидатов и обучение уже работающего персонала.

В теоретической части рассматриваются следующие темы:

1. Поиск потенциальных клиентов
2. Организация процесса делового общения
3. Организация презентации товара
4. Организация работы с возражениями

Вопросы для собеседования:

1. Способы привлечения потенциальных клиентов.
2. Основные принципы поиска клиентов.
3. Зональные пространства при ведении деловых переговоров.
4. Типы возражений в продажах.

Рекомендуемая литература:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1	1	1	1-7

4. Рекомендуемая литература

1. Перечень основной литературы:

1. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами : учебное пособие для вузов / Д. Джоббер, Дж. Ланкастер. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 621 с. — ISBN 5-238- 00465-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81832.html> .— Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Перечень дополнительной литературы:

1. Кондрашов, В. М. Управление продажами : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301) / В. М. Кондрашов ; под редакцией В. Я. Горфинкеля. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — ISBN 978-5-238-01259-9. — Текст: электронный / Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81577.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Лукич, Р. М Управление продажами / Р. М Лукич. - М.: Альпина Паблишер, 2017.- 216 с. - ISBN 978-5-9614-2243-6. - Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/68019.html> - Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Документ подписан
Сертификат: 1СОП004350A88895321E73A3M06600000435
Владелец: Шебухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

1. Пархоменко Н.А. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Управление продажами» для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (направленность (профиль) Управление бизнесом). - Пятигорск: СКФУ,

2023. (электронная версия)

2. Пархоменко Н.А. Методические указания по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Управление продажами» для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (направленность (профиль) Управление бизнесом). – Пятигорск: СКФУ, 2023. (электронная версия)

4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <https://salesportal.ru/> - Ресурс продавцов №1
2. <http://zillion.net/ru/> - Онлайн-журнал «Zillion»
3. электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – www.biblioclub.ru;
4. электронная библиотечная система ЭБС «IPRbooks» - www.iprbookshop.ru;
5. «Фолиант» – <http://catalog.ncstu.ru>
6. <https://www.elibrary.ru> - научная электронная библиотека e-Library
7. www.ecsocman.edu.ru. – Федеральный Образовательный Портал (Экономика, социология, менеджмент)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И
ПРОВЕДЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

по дисциплине «Управление продажами»

Направление подготовки: 38.03.02

«Менеджмент»

Направленность (профиль): Управление бизнесом

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

СОДЕРЖАНИЕ

1.ВВЕДЕНИЕ

2.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА

3.ПЛАН-ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

4.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ РЕФЕРАТА

6.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПОДГОТОВКЕ К КРУГЛОМУ СТОЛУ

7.РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

1. ВВЕДЕНИЕ

Целью освоения дисциплины является формирование универсальной (УК-2) и профессиональной компетенций (ПК-7) будущего бакалавра по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль: Управление бизнесом). Основная цель курса «Управление продажами» - сформировать теоретические знания и получить практические навыки решения задач в области управления продажами современного предприятия.

В соответствии с целью изучения дисциплины определяются ее задачи, среди которых:

- сформировать понимание концепции управления продажами с позиции различных подходов;
- освоить сущность построения и управления распределительной системы предприятия: понятие и виды каналов сбыта, условия выбора определенных каналов сбыта, характеристика посредников, их мотивация и контроль деятельности;
- изучить основы функционирования отдела продаж на предприятии: принципы организационного построения и этапы процесса управления»;
- рассмотреть основные этапы процесса продажи и определить особенности их реализации;
- освоить на примере практического материала методики решения задач в области управления продажами.

Объектом изучения дисциплины является процесс продаж, как инструмент управления.

Предмет изучения дисциплины – методы, приемы, инструменты, алгоритмы и стратегии продаж.

Дисциплина «Управление продажами» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений дисциплины по выбору ОП ВО подготовки бакалавра направления 38.03.02 Менеджмент (профиль: Управление бизнесом) и реализуется в 8 семестре ОФО и 9 семестре ОЗФО.

Формируемые в процессе изучения компетенции (индикаторы):

ИД-1 УК-2 - Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение; определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач;

ИД-5 ПК-7 - Способен участвовать в разработке и реализации программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий.

2. Общая характеристика самостоятельной работы

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения. В связи с этим, обучение в ВУЗе включает в себя две, практически одинаковые по объему и взаимовлиянию части – процесса обучения и процесса самообучения. Поэтому СРС должна стать эффективной и целенаправленной работой студента.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников

определенных способностей и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной финансовой ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения через участие студентов в практических занятиях, выполнение контрольных заданий и тестов, написание курсовых и выпускных квалификационных работ. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Ведущая цель организации и осуществления СРС должна совпадать с целью обучения студента – подготовкой специалиста и бакалавра с высшим образованием. При организации СРС важным и необходимым условием становятся формирование умения самостоятельной работы для приобретения знаний, навыков и возможности организации учебной и научной деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов разнообразны. В соответствии с рабочей программой дисциплины «УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ» предусмотрены следующие виды самостоятельной работы студента:

- самостоятельное изучение литературы;
- самостоятельная подготовка контрольной работы;

Цель самостоятельного изучения литературы – самостоятельное овладение знаниями, опытом исследовательской деятельности.

Задачами самостоятельного изучения литературы являются:

- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов.

Цель самостоятельной подготовки контрольной работы – самостоятельное изучение вопросов, приобретение опыта исследовательской деятельности, структурирование знаний и краткое их изложение.

Задачами самостоятельного изучения литературы являются:

- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать дополнительные источники информации;
- развитие умений к краткому изложению предложенной темы;

3. План-график выполнения самостоятельной работы

Код реализуемых компетенций, индикаторов	Вид деятельности студентов	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе (астр.)		
			СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
8 семестр ОФО					
ИД-1. УК-2 ИД-5 ПК-7	Самостоятельное изучение литературы по темам 1-5	собеседование	27,0	3,0	30
	Подготовка к круглому столу	собеседование	4,5	0,5	5
	Подготовка реферата	собеседование	4,5	0,5	5
	Подготовка к тестированию	Тестирование	4,5	0,5	5
Итого за 8 семестр			40,5	4,5	45,0

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
 ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
 Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA5000600000043E
 Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
 Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2024

Итого			40,5	4,5	45,0
Код реализуемых компетенций, индикаторов	Вид деятельности студентов	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе (астр.)		
			СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
9 семестр ОЗФО					
ИД-1. УК-2 ИД-5 ПК-7	Самостоятельное изучение литературы	собеседование	20	5	25
	Подготовка сообщения к круглому столу	собеседование	13	3,5	16,5
	Подготовка к тестированию	тестирование	5	0,5	5,5
	Выполнение реферата	Реферат	20	5	25
Итого за 9 семестр			58	14	72
Итого			55	14	72

4. Методические указания по изучению теоретического материала

Самостоятельная работа студента начинается с внимательного ознакомления с содержанием учебного курса.

Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Вопросы темы как бы накладываются на соответствующую главу избранного учебника или учебного пособия. В итоге должно быть ясным, какие вопросы темы учебного курса и с какой глубиной раскрыты в конкретном учебном материале, а какие вообще опущены. Требуется творческое отношение и к самому содержанию дисциплины.

Вопросы, составляющие ее содержание, обладают разной степенью важности. Есть вопросы, выполняющие функцию логической связки содержания темы и всего курса, имеются вопросы описательного или разъяснительного характера, а также исторического экскурса в область изучаемой дисциплины. Все эти вопросы не составляют сути понятийного, концептуального содержания темы, но необходимы для целостного восприятия изучаемых проблем.

Изучаемая дисциплина имеет свой категориально-понятийный аппарат. Научные понятия — это та база, на которой строится каждая наука. Понятия — узловые, опорные пункты как научного, так и учебного познания, логические ступени движения в учебе от простого к сложному, от явления к сущности. Без ясного понимания понятий учеба крайне затрудняется, а содержание приобретенных знаний становится тусклым, расплывчатым.

Студент должен понимать, что самостоятельное овладение знаниями является главным, определяющим. Высшая школа создает для этого необходимые условия, помогает будущему высококвалифицированному специалисту овладеть технологией самостоятельного производства знаний.

В самостоятельной работе студентам приходится использовать литературу различных видов: первоисточники, монографии, научные сборники, хрестоматии, учебники, учебные пособия, журналы и др. Изучение курса предполагает знакомство студентов с большим объемом научной и учебной литературы, что, в свою очередь, порождает необходимость выработки у них рационально-критического подхода к изучаемым источникам.

Документ подписан
электронно
Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Предварительный просмотр книги включает ознакомление с титульным листом книги, аннотацией, предисловием, оглавлением. При ознакомлении с оглавлением необходимо выделить разделы, главы, параграфы, представляющие для вас интерес, бегло их просмотреть, найти места, относящиеся к теме (абзацы, страницы, параграфы), и познакомиться с ними в общих чертах.

Знакомство с книгой лучше всего начинать с изучения аннотации — краткой характеристики книги, раскрывающей ее содержание, идейную, тематическую и жанровую направленность, сведения об авторе, назначение и другие особенности. Аннотация помогает составить предварительное мнение о книге.

Той же цели содействует знакомство с оглавлением, предисловием, послесловием. Весьма полезными элементами научного аппарата являются сноски, комментарии, таблицы, графики, списки литературы. Они не только иллюстрируют отдельные положения книги или статьи, но и сами по себе являются дополнительным источником информации для читателя.

Существует несколько форм ведения записей:

— тезисы — кратко сформулированные положения, основные положения книги, статьи. Как правило, тезисы составляются после предварительного знакомства с текстом источника, при его повторном прочтении. Они помогают запомнить и систематизировать информацию.

Большую роль в усвоении и повторении пройденного материала играет хороший конспект, содержащий основные идеи прочитанного в учебнике и услышанного в лекции. Конспект — это, по существу, набросок, развернутый план связного рассказа по основным вопросам темы.

В какой-то мере конспект рассчитан (в зависимости от индивидуальных особенностей студента) не только на интеллектуальную и эмоциональную, но и на зрительную память, причем текст конспекта нередко ассоциируется еще и с текстом учебника или записью лекции. Поэтому легче запоминается содержание конспектов,

написанных разборчиво, с подчеркиванием или выделением разрядкой ключевых слов и фраз.

Самостоятельно изученные темы предоставляются преподавателю в форме конспекта, по которому происходит собеседование. Теоретические темы курса (отдельные вопросы), выносимые на самостоятельное изучение, представлены ниже.

Самостоятельное изучение материала

Тема самостоятельного изучения № 1

«Теоретические аспекты управления продажами»

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы,

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

1. Понятийный аппарат дисциплины.
2. Подходы различных авторов к управлению продажами.

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1, 2	1,2	1	1-7

Тема самостоятельного изучения № 2

«Сегментация рынка»

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы,

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

1. Сегментация
2. Методы сегментирования рынка
3. Выбор сегмента для сбыта
4. Определение целевого сегмента

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1, 2	1,2	1	1-7

Тема самостоятельного изучения № 3

«Формирование каналов сбыта»

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы,

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

1. Формирование каналов распределения
2. Классификация торговых предприятий
3. Мотивация участников канала распределения
4. Контроль и оценка эффективности каналов распределения

Сертификат: 2C0060043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Работа с литературой:

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1, 2	1,2	1	1-7

Тема самостоятельного изучения № 4

«Управление отделом продаж на предприятии»

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы,

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

1. Планирование продаж
2. Построение отдела продаж
3. Мотивация сотрудников отдела продаж
4. Контроль деятельности отдела продаж

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1, 2	1,2	1	1-7

Тема самостоятельного изучения № 5

«Управление деятельностью торгового персонала»

Вид деятельности студентов: самостоятельное изучение литературы,

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект

Средства и технологии оценки: собеседование

План конспекта:

1. Поиск потенциальных клиентов
2. Организация презентации товара
3. Организация процесса делового общения
4. Организация работы с возражениями

Работа с литературой:

Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
1, 2	1,2	1	1-7

5.Методические указания по выполнению реферата

Итоговый продукт самостоятельной работы: текст реферата.

Средства и технологии оценки: собеседование, доклад.

Реферат – первая ступень на пути освоения навыков проведения научно-исследовательской работы. Реферат является необходимым элементом самостоятельной работы студентов. Прежде чем проводить собственное экспериментальное исследование, необходимо сориентироваться в проблеме и ознакомиться с опубликованными научными данными. Для этого и служит реферат, так как это работа с источниками информации по анализу, сравнению и обобщению данных, полученными другими исследователями по выбранной теме.

Важно, что в процессе написания реферата формируется собственный взгляд на проблему.

Документ подписан
электронной подписью
Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебухова Татьяна Александровна
Действителен с 19.08.2022 по 19.08.2023

Примерная тематика рефератов

2. Управление продажами потребительских товаров.
3. Управление продажами товаров производственного назначения.
4. Управление продажами в каналах распределения товаров.
5. Управление продажами товаров в потребительском обществе.
6. Управление продажами в немагазинной торговле.
7. Управление розничной торговлей услугами.
8. Использование внутреннего маркетинга в управлении продажами.
9. Управление продажами на нерастущих рынках.
10. Фирменная розничная торговля и направления ее развития.
11. Эффективность продаж товаров и услуг и направления ее повышения.
12. Организация розничной продажи товаров.
13. Организация оптовой продажи товаров.
14. Компетентностный подход к организации продаж
15. Организация деятельности торгового персонала.
16. Эффективное управление торговым персоналом.
17. Оплата и стимулирование труда торговых работников.
18. Мотивация эффективных продаж: оценка состояния и направления совершенствования.
19. Оценка работы торгового персонала.
20. Формирование и развитие интеллектуального потенциала торгового персонала.
21. Формирование нематериальных стимулов в работе розничного торгового предприятия.
22. Организационная культура и этика поведения торгового персонала.
23. Разработка стратегии деятельности предприятия торговли.
24. Методологические основы выбора стратегии развития предприятия.
25. Разработка стратегии розничных продаж.
26. Разработка стратегии оптовых продаж.
27. Ассортиментная стратегия предприятия торговли.
28. Сбытовая стратегия предприятия торговли.
29. Товарная стратегия предприятия торговли.
30. Тактическое планирование продаж.
31. Методологические основы планирования продаж.
32. Методология прогнозирования продаж товаров и услуг.
33. Прогнозирование объемов продаж
34. Разработка бюджета продаж предприятия.
35. Формирование торгового ассортимента.
36. Формирование ассортиментной политики предприятия.
37. Управление стимулированием продаж.
38. Направления увеличения рентабельности продаж товаров.
39. Формы и методы торгового обслуживания.
40. Управление качеством торгового обслуживания покупателей.
41. Управление послепродажным обслуживанием.
42. Управление поведением покупателей.
43. Поведение потребителей на рынке и их стимулирование.
44. Управление взаимоотношениями с покупателями.
45. Удовлетворенность потребителей и направления ее повышения.
46. Лояльность потребителей и направления ее обеспечения.
47. Разработка программы лояльности покупателей.
48. Клиентоориентированность предприятия и направления ее усиления.
49. Управление ассортиментом товаров на предприятии.

50. Управление ценообразованием на предприятии торговли.
51. Мерчандайзинг предприятия розничной торговли.
52. Мерчандайзинг как инструмент управления продажами.
53. Маркетинговое обоснование месторасположения розничного торгового предприятия.
54. Дизайн магазина: оценка и направления совершенствования.
55. Планирование дизайна розничного предприятия.
56. Атмосфера магазина: оценка и направления совершенствования.
57. Формирование и оценка имиджа предприятия.
58. Эффективность наглядного оформления товара.
59. Управление технической оснащённостью магазина.
60. Выкладка товаров как инструмент управления продажами.
61. Исследовательские инструменты эффективных продаж.
62. Использование информационных технологий продаж.
63. Автоматизация розничной торговли.
64. Автоматизация на рынке оптовой торговли.
65. Автоматизация торговой сети.
66. Автоматизация программ лояльности на основе CRM-технологий.
67. Аудит и контроль продаж товаров
68. Состояние и перспективы развития электронной торговли.
69. Системный подход к организации и управлению продажами в оптово-розничных компаниях
70. Риск-менеджмент в деятельности предприятия торговли.
71. Оценка и анализ маркетинговых рисков предприятия.
72. Управление инвестициями на предприятии торговли
73. Информационное обеспечение эффективных продаж.
74. Аналитическая отчетность как инструмент управления продажами
75. Управление информацией о продажах с помощью майнд-менеджмента
76. Инструменты антикризисных продаж и технологии выхода из кризиса.

6.Методические указания по подготовке к круглому столу

1. Подготовка к проведению круглого стола

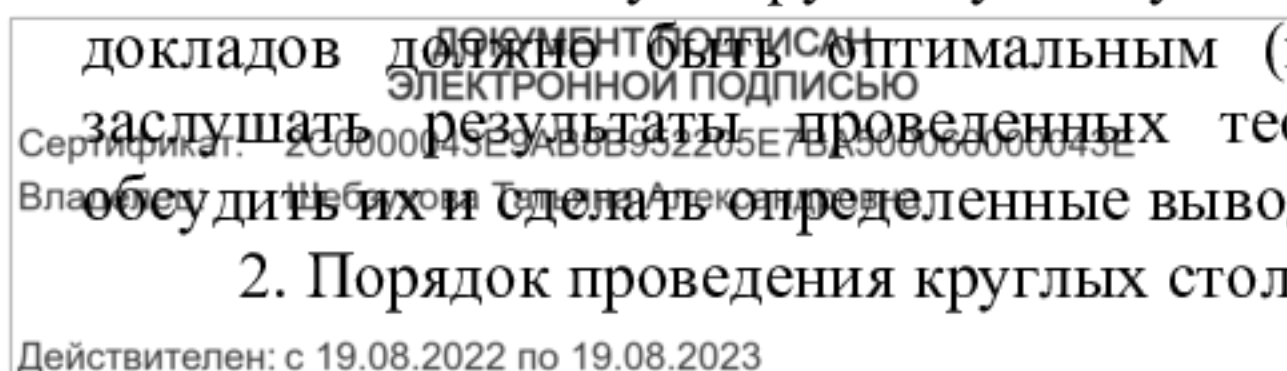
Наиболее важное значение в ходе подготовки к проведению круглого стала отводится выбору его темы. Тема должна не только отражать современные проблемные моменты теории и практики бюджетной системы, но и быть интересной ее участникам. В этой связи преподавателю необходимо проанализировать все имеющиеся дискуссионные вопросы изучаемой дисциплины и предложить несколько тем на обсуждение студентам.

В ходе выбора темы нельзя пренебрегать и вопросами освещенности данной проблемы в научной литературе и периодической печати. Чем больше имеется публикаций по предложенной теме, тем интересней и результативнее дискуссии, возникающие в ходе проведения круглых столов.

После выбора темы, студентам предлагается перечень основных докладов, а также список литературы. При этом студенты могут скорректировать тему, а также должны дополнить предложенный список литературных источников. Далее, из числа желающих назначаются ответственные за основные доклады. Кроме того, при необходимости могут быть назначены и содокладчики.

На подготовку к круглому столу необходимо отводить не менее двух недель. Число докладов должно быть оптимальным (не более четырех), что позволяет не только заслушать результаты проведенных теоретических исследований студентами, но и обобщить их и сделать определенные выводы.

2. Порядок проведения круглых столов



К проведению круглого стола привлекаются все желающие студенты. Также возможно участие экспертов (студентов более старших курсов), которые могут принять участие в дискуссии по обсуждаемым темам.

Руководителем круглого стола может стать либо преподаватель, либо один из экспертов. Руководитель сообщает порядок проведения круг-

лого стола, устанавливает регламент выступлений, обращается к присутствующим с вступительным словом. Далее предоставляется слово докладчикам, которые сообщают о результатах проведенных теоретических исследований в форме научного доклада. После выступлений участники круглого стола задают докладчикам наиболее интересующих их вопросы. На заключительном этапе работы круглого стола проводится открытая дискуссия по представленным проблемам, в которой участвуют все студенты.

После завершения дискуссии путем голосования выбирается лучший докладчик, а также подводятся окончательные итоги круглого стола.

3. Памятка студента при подготовке к выступлению Проведение круглого стола требует большой подготовительной работы со стороны студентов, которые должны подобрать литературу, составить план и раскрыть содержание выступления. При подготовке к выступлению, а также к участию в дискуссии на круглом столе, необходимо изучить предложенную литературу и выявить основные проблемные моменты выбранной для рассмотрения темы. Продолжительность доклада на круглом столе не должна превышать установленного регламента, в связи с чем материал должен быть тщательно проработан и содержать только основные положения представленной темы.

По результатам обсуждения одним из студентов (или группой) готовится проект резюме, которое затем рассматривается и принимается участниками круглого стола. Резюме содержит основные выводы к которым пришли студенты в ходе обсуждения рассматриваемой темы, а также основные предложения, как теоретической, так и практической направленности.

По следующим темам на практических занятиях в соответствии с рабочей программой дисциплины будет проводиться круглый стол.

Тема 1. Теоретические аспекты управления продажами

1. Стратегическое партнерство между покупателями и производителями продукции.
2. Развитие практики закупок.

Тема 3. Формирование каналов сбыта

1. Формирование и управление каналами сбыта на основе сегментированного подхода
2. Типы посредников и их характеристика

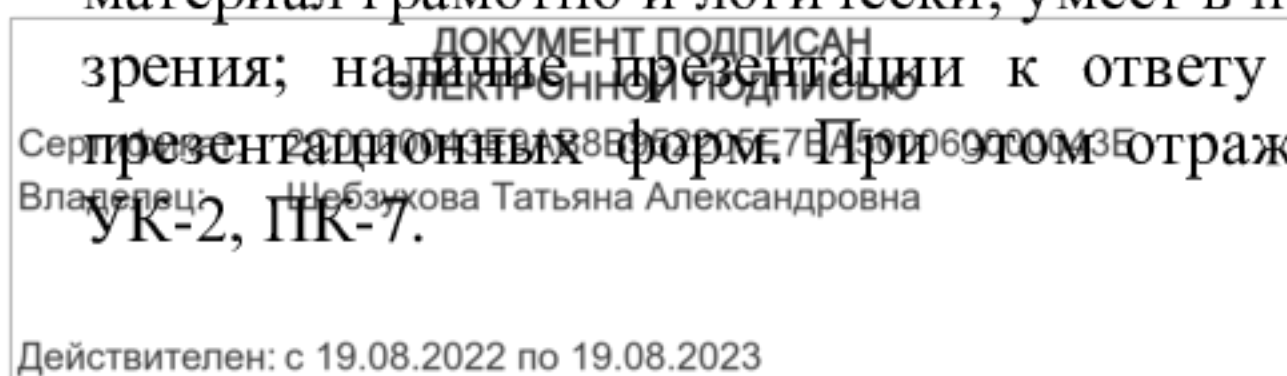
Тема 5. Управление деятельностью торгового персонала

1. Управление процессами работы с клиентами.
2. Организация презентации товара

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если в процессе проведения круглого стола студент показал умение ориентироваться в информационном пространстве; использовал при подготовке основную и дополнительную литературу; при ответе излагал материал грамотно и логически; умеет в полной мере аргументировать собственную точку зрения; наличие презентации к ответу на вопросы, согласованность выступления и презентационных форм. При этом отражается высокая сформированность компетенций

УК-2, ПК-7.



Оценка «хорошо» выставляется студенту, если в процессе проведения круглого стола студент показал достаточное умение ориентироваться в информационном пространстве; использовал при подготовке только основную литературу; грамотно излагал материала при ответе; умеет аргументировать собственную точку зрения; наличие презентации к ответу на вопросы. При этом отражается достаточная сформированность компетенций УК-2, ПК-7.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если в процессе проведения круглого стола студент использовал при подготовке только основную литературу; излагал материал при ответе с незначительными неточностями и ошибками; отсутствуют умения аргументировать собственную точку зрения; отсутствует презентация к ответу на вопросы. При этом отражается низкая сформированность компетенций УК-2, ПК-7.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он в процессе проведения круглого стола излагал материал при ответе с существенными неточностями и ошибками; отсутствует умение аргументировать собственную точку зрения; отсутствует презентация к ответу на вопросы. При этом сформированность компетенций УК-2, ПК-7 не отражается.

Тесты

1. Источником и общего менеджмента, и менеджмента качества является система:

1. Ф. Кросби
2. Д. Джурана
3. Ф. Тейлора

2. Какой термин определяется как: «Совокупность свойств продукции, обуславливающая ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением»?

1. свойство;
2. категория;
3. качество.

3. Что понимается под «петлей качества»?

1. цикл Деминга;
2. жизненный цикл продукции;
3. цикл функций менеджмента качества.

4. Эффективным показателем качества, содержащим важнейшую информацию о качестве продукции и затратах на его достижение и эксплуатацию или потребление является:

1. единичный показатель;
2. комплексный показатель;
3. интегральный показатель.

5. Какое свойство продукции определяет группа показателей: безотказность, ремонтпригодность, долговечность и сохраняемость?

1. технологичность;
2. назначение;
3. надежность;
4. ремонтопригодность.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат:	2400000043E5A823091006B7705000600000043E
Владелец:	Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023	

6. К какому подходу в формировании качества продукции относится принцип «Делай все правильно с самого начала»?

1. ориентация на потребителя;
2. ориентация на производство;
3. ориентация на восприятие.

7. Какие международные стандарты направлены на создание системы менеджмента качества?

1. ISO 9000-2000;
2. EN-45000;
3. ISO-14000.

8. Какой принцип менеджмента качества направлен на улучшение внутренней среды организации?

1. ориентация на потребителя;
2. системный подход к управлению;
3. постоянное улучшение качества.

9. Вставить в определение концепции недостающую категорию «Соответствие качества и ... — концепция цивилизованного бизнеса»:

1. полезность;
2. конкурентоспособность;
3. цена.

10. Кто автор «концепции бездефектной работы»:

1. Тейлор
2. Фейгенбаум
3. Джуран
4. Кросби
5. Шухарт

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 90-100% правильных ответов.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 70-89% правильных ответов.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 50-69% правильных ответов.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 0-49% правильных ответов.

8. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами : учебное пособие для вузов / Д. Джоббер, Дж. Ланкастер. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 621 с. — ISBN 5-238-00465-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81832.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C8000043E9A58B952205E7BA600060000043E
Владелец: Ланкастер, Татьяна Александровна
Действ.期限: с 19.08.2022 по 16.08.2023

Дополнительная литература:

1. Кондрашов, В. М. Управление продажами : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301) / В. М. Кондрашов ; под редакцией В. Я. Горфинкеля. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — ISBN 978-5-238-01259-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81577.html> . — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Лукич, Р. М. Управление продажами / Р. М. Лукич. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 216 с. — ISBN 978-5-9614-2243-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/68019.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Пархоменко Н.А. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Управление продажами» для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (направленность (профиль) Управление бизнесом). - Пятигорск: СКФУ, 2023. (электронная версия)
2. Пархоменко Н.А. Методические указания по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Управление продажами» для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (направленность (профиль) Управление бизнесом). – Пятигорск: СКФУ, 2023. (электронная версия)

Интернет-ресурсы:

1. <https://salesportal.ru/> - Ресурс продавцов №1
2. <http://zillion.net/ru/> - Онлайн-журнал «Zillion»
3. электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – www.biblioclub.ru;
4. электронная библиотечная система ЭБС «IPRbooks» - www.iprbookshop.ru;
5. «Фолиант» – <http://catalog.ncstu.ru>;
6. <https://www.elibrary.ru> - научная электронная библиотека e-Library
7. www.ecsocman.edu.ru. – Федеральный Образовательный Портал (Экономика, социология, менеджмент)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023