

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Орский гуманитарно-технологический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Оренбургский государственный университет»
(Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) ОГУ)

Кафедра экономики и управления (ОГТИ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«ФДТ.2 Управление продажами на промышленном предприятии»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки)

Экономика предприятий и организаций

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очно-заочная

Орск 2023

2120014

Рабочая программа дисциплины «ФДТ.2 Управление продажами на промышленном предприятии» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра экономики и управления (ОГТИ)

наименование кафедры

протокол № 8 от «05» апреля 2023 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра экономики и управления (ОГТИ)

наименование кафедры

подпись

И.В. Зенченко

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент

должность

подпись

Н.П. Болдырева

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.03.01 Экономика

наименование

личная подпись

Н.П. Болдырева

расшифровка подписи

05.04.2023 г.

дата

Заведующий библиотекой

личная подпись

М.В. Камышанова

расшифровка подписи

07.04.2023 г.

дата

Начальник ОИТ

личная подпись

М.В. Сапрыкин

расшифровка подписи

07.04.2023 г.

дата

© Болдырева Н.П., 2023
© Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) ОГУ, 2023

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины: формирование у обучающихся систематизированных теоретических знаний и практических навыков, связанных с продвижением и реализацией товаров и услуг, целостных представлений о содержании, особенностях и специфике процесса продаж; владение навыками применения современных технологий, методов и методики осуществления различных видов технологических операций.

Задачи:

- Изучение теоретических основ процесса продажи на промышленном предприятии.
- Знакомство с основными техниками профессиональной продажи.
- Формирование понимания сущности, принципов, функций и задач управления продажами на промышленном предприятии.
- Приобретение практических навыков личной продажи продукта.
- Осознание ответственности при персональных продажах и управлении ключевыми клиентами, основанных на взаимоотношениях, информационных технологиях в продажах.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина является факультативной(ым)

Пререквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-3 Способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и использовать для решения профессиональных задач	ПК*-3-В-1 Осуществляет отбор, анализирует отечественные и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности	<u>Знать:</u> - методы отбора и анализа отечественных и зарубежных источников информации в сфере профессиональной деятельности. <u>Уметь:</u> - собирать необходимые данные, анализировать их и использовать для решения профессиональных задач; - использовать отечественные и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности. <u>Владеть:</u> -навыками применения необходимой информации в решении профессиональных задач.
ПК*-4 Способен собирать и обработать первичные данные, характеризующие хозяйственную деятельность экономических субъектов	ПК*-4-В-1 Собирает, систематизирует и обеспечивает актуализацию информации для анализа экономических и социально-экономических показателей	<u>Знать:</u> - основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации, необходимой для анализа экономических и социально-

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
	ПК*-4-В-3 Выбирает и применяет статистические, экономико-математические и методы маркетингового исследования, необходимые для расчета количественных и качественных показателей деятельности экономических субъектов	экономических показателей. Уметь: - осуществлять поиск и использование информации, необходимой для анализа экономических и социально-экономических показателей Владеть: - навыками применения статистических, экономико-математических и методов маркетингового исследования, необходимых для расчета количественных и качественных показателей деятельности экономических субъектов

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	7 семестр	всего
Общая трудоёмкость	108	108
Контактная работа:	28,25	28,25
Лекции (Л)	14	14
Практические занятия (ПЗ)	14	14
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа:	79,75	79,75
- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);		
- выполнение расчетно-графического задания (РГЗ);		
- самостоятельное изучение разделов (3,6,8);	8	8
- написание реферата (Р);	10	10
- написание эссе (Э);		
- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);	13,75	13,75
- подготовка к практическим занятиям;	18	18
- подготовка к коллоквиумам;	16	16
- подготовка к рубежному контролю и т.п.)	14	14
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Управление продажами на промышленном предприятии: сущность и основные понятия	12	1	1		10
2	Сбытовая политика предприятия	12	1	1		10
3	Маркетинговые аспекты сбытовой политики предприятия	14	2	2		10
4	Планирование и формирование отдела продаж	14	2	2		10
5	Мотивация и контроль деятельности отдела продаж	14	2	2		10
6	Этапы процесса продажи и техники продаж	14	2	2		10
7	Стратегии продаж	14	2	2		10
8	Работа с ключевыми клиентами. Управление лояльностью	14	2	2		10
	Итого:	108	14	14		80
	Всего:	108	14	14		80

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1 Управление продажами на промышленном предприятии: сущность и основные понятия

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

Раздел 2 Сбытовая политика предприятия

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

Раздел 3 Маркетинговые аспекты сбытовой политики предприятия

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

Раздел 4 Планирование и формирование отдела продаж

Планирование как функция менеджмента в коммерческой деятельности. План маркетинга и план продаж. Взаимодействие отдела маркетинга и отдела продаж. Планы продаж. Виды планов продаж. Основные принципы планирования продаж. Методы планирования продаж. Формирование отдела продаж. Функциональные обязанности менеджера по продажам. Структура продаж и ее эффективность. Виды структур. Показатели эффективности службы продаж.

Раздел 5 Мотивация и контроль деятельности отдела продаж

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

Раздел 6 Этапы процесса продажи и техники продаж

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

Раздел 7 Стратегии продаж

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

Раздел 8 Работа с ключевыми клиентами. Управление лояльностью

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

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1,2	Управление продажами: сущность и основные понятия. Сбытовая политика организации	2
2	3	Маркетинговые аспекты сбытовой политики организации	2
3	4	Планирование и формирование отдела продаж	2
4	5	Мотивация и контроль деятельности отдела продаж	2
5	6	Этапы процесса продажи и техники продаж	2
6	7	Стратегии продаж	2
7	8	Работа с ключевыми клиентами. Управление лояльностью	2
		Итого:	14

4.4 Самостоятельное изучение разделов дисциплины

№ раздела	Наименование разделов и тем для самостоятельного изучения	Кол-во часов
3	Маркетинговые аспекты сбытовой политики организации. Реклама в местах продаж. Реклама в он-лайн продажах.	2
6	Этапы процесса продажи и техники продаж. Организация call-центра. Он-лайн продажи	3
8	Работа с ключевыми клиентами. Управление лояльностью. Нейролингвистическое программирование в системе торговли. Монетарная и эмоциональная лояльность.	3
Итого:		8

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

- 1 Алиев, А.Т. Основы современного управления: теория и практика [Электронный ресурс]: Учебник / А.Т.Алиев, В.Н. Боробов. ВО – бакалавриат. – М.: Дашков и К, 2020.- 526 с. ISBN 978-5-394-03853-2 Режим доступа <https://znanium.com/catalog/document?id=371141>
- 2 Виханский, О. С. Менеджмент [Электронный ресурс]: Учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов.- 6-е изд., перераб. и доп - М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 656 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/988768>
3. Нуралиев, С.У. Маркетинг : учебник [Электронный ресурс] / С.У. Нуралиев. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 305 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN: 978-5-16-013783-4. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=954382> .
4. Управление продажами: Учебник / Голова А.Г. - М.:Дашков и К, 2017. - 280 с.: ISBN 978-5-394-01975-3 – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/414918>
- 5.Управление продажами: учебник / под общ. ред. проф. С.В. Земляк. ? М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2017. - 300 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/754663>
- 6.Управление продажами / Лукич Р.М. - М.:Альпина Пабл., 2016. - 212 с.: ISBN 978-5-9614-2243-6 – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/926064>

5.2 Дополнительная литература

1. Басовская, Е.Н. Маркетинг : учеб. Пособие [Электронный ресурс] / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 233 с. - ISBN: 978-5-16-011840-6. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=939196>
2. Балашов, А. П. Основы теории управления: учебное пособие [Электронный ресурс]: / А.П. Балашов. ВО – бакалавриат. – М.: Вузовский учебник, 2019. – 280 с. ISBN 978-5-9558-0410-1 Режим доступа <https://znanium.com/catalog/document?id=355045>
3. Гапонова, О. С. Менеджмент: учебник [Электронный ресурс] / О. С. Гапонова, Л.С.Данилова, Ю.Ю. Чи-липенко. - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2019. - 480 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1032618>
4. Каменева, Н.Г., Поляков В.А. Маркетинговые исследования: Учебное пособие [Электронный ресурс] / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. ВО – бакалавриат. –М.: Вузовский учебник, 2020. – 368 с. - ISBN 978-5-9558-0233-6. Режим доступа <https://znanium.com/catalog/document?id=355885>
5. Продажа товаров и услуг по методу бережливого производства / Вумек Д.П., Джонс Д. - М.:Альпина Пабл., 2016. - 262 с.: ISBN 978-5-9614-4619-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/916259>
6. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - М.:Альпина Пабл., 2016. - 278 с.: ISBN 978-5-9614-5274-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/916260>
7. Резник, Г.А. Маркетинг: Учебное пособие ВО – бакалавриат. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2021. – 199 с. - ISBN 978-5-16-016830-2. Режим доступа <https://znanium.com/catalog/document?id=376863>

5.3 Периодические издания

1. Журнал «Вопросы экономики».
2. Журнал «Вопросы статистики»
3. Журнал «Маркетинг»
4. Журнал «Российское предпринимательство».
5. Журнал «Проблемы теории и практики управления»
6. Журнал «Экономический анализ: теория и практика».
7. Журнал «Экономист»
8. Журнал «Экономика и управление».

5.4 Интернет-ресурсы

5.4.1. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. ГАРАНТ – <http://www.garant.ru/>
2. КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru/>

5.4.2. Тематические профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Библиотека управления – <https://www.cfin.ru/>
2. Федеральный образовательный портал: Экономика. Социология. Менеджмент. – <http://ecsocman.hse.ru/>
3. Консалтер.ру – <http://www.konsalter.ru/biblioteka/>

5.4.3. Электронные библиотечные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» – <http://www.biblioclub.ru/>
2. ЭБС Znanium.com – <https://znanium.com/>

5.4.4. Дополнительные Интернет-ресурсы

1. <http://www.nlr.ru/lawcenter/econom/vopecont.htm> - Журнал «Вопросы Экономики»
2. http://www.nlr.ru/lawcenter/ec_period/20we.htm - Журнал «Вопросы новой экономики»
3. http://www.nlr.ru/lawcenter/ec_period/0002.htm - Журнал «Вопросы экономических наук»
4. http://www.nlr.ru/lawcenter/ec_period/ro1.htm - Журнал «Российский журнал менеджмента»
5. http://www.nlr.ru/lawcenter/ec_period/rez.htm - Журнал «Российский экономический журнал»
6. http://www.nlr.ru/lawcenter/ec_period/4qx.htm - Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»
7. http://www.nlr.ru/lawcenter/ec_period/24.htm - Журнал «Менеджмент инноваций»
8. www.rsl.ru/ - Официальный сайт РГБ
9. http://www.nlr.ru/lawcenter/ec_period/ecper.htm - Периодические издания по экономике и праву
10. www.orenburg-gov.ru - Портал ОГВ Оренбургской области: Министерство экономического развития

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Тип программного обеспечения	Наименование	Схема лицензирования, режим доступа
Операционная система	РЕД ОС «Стандартная» для Рабочих станций*	Образовательная лицензия от 11.07.2022 г. на 3 года для 240 рабочих мест в рамках соглашения о сотрудничестве с ООО «Ред Софт» № 305/06-22У от 28.06.2022 г.
Альтернативная реализация среды исполнения программ Microsoft Windows для ОС на базе ядра Linux	WINE	Свободное ПО, https://wiki.winehq.org/Licensing

Тип программного обеспечения	Наименование	Схема лицензирования, режим доступа
Офисный пакет	LibreOffice	Свободное ПО, https://libreoffice.org/download/license/
Интернет-браузер	Яндекс.Браузер	Бесплатное ПО, https://yandex.ru/legal/browser_agreement/
Информационно-правовая система	Консультант Плюс	Комплект для образовательных учреждений по договору № 337/12 от 04.10.2012 г., сетевой доступ
Программа просмотра электронных документов	Atril	Свободное ПО, является компонентом среды MATE для ОС на базе ядра Linux, https://www.gnu.org/licenses/gpl-3.0.html

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети «Интернет», и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Орского гуманитарно-технологического института (филиала) ОГУ (ауд. № 1-318, № 2-311, № 4-307).

Наименование помещения	Материально-техническое обеспечение
Учебные аудитории: - для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, - для групповых и индивидуальных консультаций; - для текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель, классная доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран, ноутбук с выходом в сеть «Интернет»)
Помещение для самостоятельной работы обучающихся, для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	Учебная мебель, компьютеры (3) с выходом в сеть «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Орского гуманитарно-технологического института (филиала) ОГУ, программное обеспечение

Для проведения занятий лекционного типа используются следующие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядные пособия:

- презентации к курсу лекций)