

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, управления и сервиса
Кафедра "Сервис, туризм и торговое дело"

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Е. Ю. Меркулова
«20» января 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.4.2 Менеджмент розничной торговли

Направление подготовки/специальность: 38.03.06 - Торговое дело

Профиль/направленность/специализация: Логистика в торговой деятельности

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2019

Авторы программы:

Кандидат экономических наук, доцент Кондраков Игорь Викторович

Кандидат экономических наук, Плужников Игорь Александрович

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 - Торговое дело (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «12» ноября 2015 г. № 1334).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры "Сервис, туризм и торговое дело" «12» января 2021 г. Протокол № 5

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «20» января 2021 г. № 5.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	6
3. Объем и содержание дисциплины.....	7
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	9
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	19
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	21
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	22

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-1 Способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству

ПК-2 Способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери

ПК-3 Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

1.2 Виды и задачи профессиональной деятельности по дисциплине:

- торгово-технологическая

1.3 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Знания и умения, необходимые для формирования трудового действия / компетенции
	ПК-1 Способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	Знает и понимает: основные концепции формирования ассортимента; виды товарных потерь, причины возникновения, порядок списания, меры предупреждения и сокращения
		Умеет (способен продемонстрировать): уметь находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для формирования ассортимента и управления запасами
		Владеет: владеть навыками работы с товарами разного назначения, а также с нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям; принципами мерчендайзинга
	ПК-2 Способность осуществлять управление торгово-технологическим и процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	Знает и понимает: знать принципы организации и управления торгово-технологическими процессами
		Умеет (способен продемонстрировать): уметь выделять объекты и субъекты торгово-технологических операций, формировать центры ответственности
		Владеет: навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери.

	ПК-3 Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	Знает и понимает: знать сущность, принципы поведения потребителей; основные формы нужд и потребностей и способы их удовлетворения
		Умеет (способен продемонстрировать): уметь анализировать виды поведения потребителей и принципы их формирования, идентифицировать потребности в соответствии с динамикой рынка
		Владеет: владеть навыками идентификации потребностей покупателей и их удовлетворения, владением технологией маркетинговых исследований, прогнозирования спроса потребителей, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка

1.4 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-1 Способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения		
		Заочная (семестр)		
		5	6	7
1	Адаптационная дисциплина для инвалидов и лиц с ОВЗ "Формирование ассортимента и управление товарными запасами"	+		
2	Ассортиментная политика организации	+		
3	Безопасность организации в сфере коммерции			+
4	Международная торговля		+	
5	Современные технологии транспортировки в логистике	+		
6	Технологическая практика		+	+
7	Управление продажами			+

8	Формирование ассортимента и управление товарными запасами	+		
---	---	---	--	--

ПК-2 Способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения				
		Заочная (семестр)				
		2	3	6	7	8
1	Интернет-торговля					+
2	Коммерческая деятельность	+				
3	Сбытовая логистика		+			
4	Технологическая практика			+	+	
5	Управление продажами				+	
6	Экономические основы логистики	+				
7	Электронная коммерция					+

ПК-3 Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Заочная (семестр)			
		3	5	6	7
1	Адаптационная дисциплина для инвалидов и лиц с ОВЗ "Поведение потребителей"		+		
2	Информационное обеспечение торговой деятельности	+			
3	Маркетинговые исследования		+		
4	Поведение потребителей		+		
5	Технологическая практика			+	+
6	Управление продажами				+

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Менеджмент розничной торговли» относится к вариативной части учебного плана ОП по направлению подготовки 38.03.06 - Торговое дело.

Дисциплина «Менеджмент розничной торговли» изучается в 7 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 7 з.е.

Заочная: 7 з.е.

Вид учебной работы	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	252
Контактная работа	26
Лекции (Лекции)	10
Практические (Практ. раб.)	16
Самостоятельная работа (СР)	217
Экзамен	9

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лек ции	Пра кт. раб.	СР	
		3	3	3	
7 семестр					
1	Организация торговых процессов в розничной торговле	2	4	45	Опрос
2	Принципы управления розничной продажей товаров	2	Пп 3	45	Собеседование; Практическое задание для практической подготовки
3	Формирование хозяйственных связей с партнерами	2	3	45	Тестирование
4	Модели взаимодействия с потребителями	2	3	45	Тестирование
5	Технология снабжения и поставки товаров на розничные торговые предприятия	2	3	37	Собеседование

Тема 1. Организация торговых процессов в розничной торговле (ПК-2)

Лекция.

Содержание розничной торговли. Основные функции продажи товаров в розничной торговле. Задачи службы сбыта. Функции сбытовой деятельности. Структура сбытовых запасов. Структура, функции предприятий розничной торговой сети. Сущность, задачи, формы торговли. Классификация розничной торговой сети. Органы управления и контроля в торговле.

Практическое занятие.

Работа по формированию портфеля заказов. Составление производственного задания. Формирование номенклатурного плана производства. Заключение договоров. Контроль. Отгрузка продукции. Торгово-технологический процесс. Предприятия розничной торговой сети, их виды и типы. Специализация розничной торговой сети. Типизация розничной торговой сети.

Задания для самостоятельной работы.

Изучение и систематизация справочных материалов с использованием глобальной сети «Интернет», учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации по дисциплине.

Вопросы для самопроверки:

1. Понятие и сущность сбытовой деятельности.
2. Задачи службы сбыта на предприятии розничной продажи товаров.
3. Функции сбытовой деятельности в розничной торговле.
4. Структура сбытовых запасов.
5. Понятие транзитной нормы отгрузки.
6. Нормы погрузки и выгрузки.

Тема 2. Принципы управления розничной продажей товаров (ПК-2)

Лекция.

Виды организационных структур управления в торговле. Функции планирования сбытовой деятельности. Основные функции планирования сбытовой деятельности. Задачи сбытовой деятельности. Планы сбыта на промышленных предприятиях. Понятие товарной продукции. Понятие реализованной продукции. Понятие отгруженной продукции. Составление плана реализации. Составляющие расчета плана реализации на планируемый период.

Практическое занятие.

Схема формирования товарно-транспортного баланса. Планирование ассортиментной загрузки производства. Планирование мероприятий по стимулированию сбыта. Подходы в планировании рекламных кампаний. Прогнозирование рынка. Подходы при разработке прогнозов. Прогнозы по периоду времени. Способы разработки прогнозов. Издержки сбытовой деятельности. План продаж.

Задания для самостоятельной работы.

Изучение и систематизация справочных материалов с использованием глобальной сети «Интернет», учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации по дисциплине.

Задание для самостоятельной работы:

1. Работа по формированию портфеля заказов.
2. Составление плана продаж.
3. Формирование бюджета организации сбытовых процессов.
4. Заключение договоров.
5. Планирование и контроль процесса продажи товаров.

Тема 3. Формирование хозяйственных связей с партнерами (ПК-3)

Лекция.

Формы взаимодействия с партнерами. Клиент как основной объект управления. Этапы взаимодействия с клиентом. Особенности и значение организации эффективного взаимодействия с клиентом. Поиск новых клиентов. Налаживание контакта, планирование разговора: личная подготовка к контакту, настройка на собеседника. Планирование личной встречи.

Практическое занятие.

Специфика первичного контакта. Информационные каналы. Вербальные и невербальные формы взаимодействия. Техника присоединения: подстройка по позе, жестам, словам, голосу. Управление контактом: схема "ведения" клиента. Техники активного слушания.

Задания для самостоятельной работы.

Изучение и систематизация справочных материалов с использованием глобальной сети «Интернет», учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации по дисциплине.

Вопросы для изучения:

1. Сформулируйте приемы позитивного выражения своих взглядов.
2. Перечислите основные проблемы продажи товаров по телефону. Перечислите способы решения этих проблем.
3. Разработайте собственный стиль телефонного общения. Разработайте скрипт.
4. Правила построения первой фразы.

Тема 4. Модели взаимодействия с потребителями (ПК-3)

Лекция.

Выявление потребностей. Выявление основного интереса клиента. Виды и предназначение вопросов. Управление контактом с помощью вопросов. Подготовка и использование аргументов.

Практическое занятие.

Методики и навыки ведения диалога. Типы клиентов. Особенности взаимодействия с различными типами клиентов. Влияние психотипа клиента на эффективность продаж. Презентация товара исходя из истинных потребностей клиента.

Задания для самостоятельной работы.

Изучение и систематизация справочных материалов с использованием глобальной сети «Интернет», учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации по теме.

Задание.

Разработайте модели взаимодействия продавца с покупателем на основе разницы психотипов и специфики реализуемого товара.

Тема 5. Технология снабжения и поставки товаров на розничные торговые предприятия (ПК-1)

Лекция.

Технология снабжения и завоза товаров на розничные торговые предприятия. Организация закупки товаров. Требования стандартов к транспортированию товаров и погрузочно-разгрузочным работам

Практическое занятие.

Технология товародвижения. Технологический процесс товародвижения. Каналы сбыта. Качество товародвижения. Технология товароснабжения розничной торговой сети. Правила и техника укладки и погрузки товаров при транспортировке. Техника безопасности при укладке и погрузке товаров. Основные нормативные документы, регламентирующие поставку товаров.

Задания для самостоятельной работы.

Вопросы для самоподготовки

Составить таблицу «Особенности снабжения предприятий оптовой и розничной торговли».

Составить технологическую цепь товародвижения на примере конкретного торгового предприятия

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

Балльно-рейтинговые мероприятия не предусмотрены

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Опрос

Тема 1. Организация торговых процессов в розничной торговле

Вопросы для опроса:

1. Содержание розничной торговли.
2. Основные функции продажи товаров в розничной торговле.
3. Задачи службы сбыта.
4. Функции сбытовой деятельности.
5. Структура сбытовых запасов.
6. Структура, функции предприятий розничной торговой сети.
7. Сущность, задачи, формы торговли.
8. Классификация розничной торговой сети.
9. Органы управления и контроля в торговле.
10. Работа по формированию портфеля заказов.
11. Составление производственного задания.
12. Формирование номенклатурного плана производства.
13. Заключение договоров.
14. Контроль. Отгрузка продукции.
15. Торгово-технологический процесс.
16. Предприятия розничной торговой сети, их виды и типы.
17. Специализация розничной торговой сети.
18. Типизация розничной торговой сети.

Практическое задание для практической подготовки

Тема 2. Принципы управления розничной продажей товаров

Здание №1 Разработайте методика взаимодействия продавца и покупателя с учетом специфики его психотипа на примере оптового и розничного торгового предприятия.

Задание №2 Составьте воронку продаж по конкретному товару для конкретного торгового предприятия. Сделайте выводы о эффективности системы продажи товаров.

Задание №3 На примере розничной торговой сети "Магнит" создайте Spin- технологию для продажи определенного товара.

Задание №4 Проанализируйте модель управления продажами продовольственных товаров на оптовом и розничном торговом предприятии. Сделайте выводы и рекомендации по совершенствованию данной методики.

Собеседование

Тема 2. Принципы управления розничной продажей товаров

Вопросы для собеседования:

1. Виды организационных структур управления в торговле.
2. Функции планирования сбытовой деятельности.
3. Основные функции планирования сбытовой деятельности.
4. Задачи сбытовой деятельности.
5. Планы сбыта на промышленных предприятиях.
6. Понятие товарной продукции.
7. Понятие реализованной продукции.
8. Понятие отгруженной продукции.
9. Составление плана реализации.
10. Составляющие расчета плана реализации на планируемый период.
11. Схема формирования товарно-транспортного баланса.
12. Планирование ассортиментной загрузки производства.
13. Планирование мероприятий по стимулированию сбыта.
14. Подходы в планировании рекламных кампаний.
15. Прогнозирование рынка.
16. Подходы при разработке прогнозов.
17. Прогнозы по периоду времени.
18. Способы разработки прогнозов.
19. Издержки сбытовой деятельности.
20. План продаж.

Тема 5. Технология снабжения и поставки товаров на розничные торговые предприятия

Вопросы для собеседования

1. Технология товародвижения.
2. Технологический процесс товародвижения.
3. Каналы сбыта.
4. Качество товародвижения.
5. Технология товароснабжения розничной торговой сети.
6. Правила и техника укладки и погрузки товаров при транспортировке.
7. Техника безопасности при укладке и погрузке товаров.
8. Основные нормативные документы, регламентирующие поставку товаров. Товарные запасы.

Тестирование

Тема 3. Формирование хозяйственных связей с партнерами

Тест

1. Выберите три качества, которые наиболее важны для взаимодействия с клиентом?
 - А. Профильное образование, знание своего продукта, привлекательный внешний вид.
 - В. Заинтересованность проблемами клиента, понимание ценности своего продукта, коммуникабельность.
 - С. Стратегическое мышление, энтузиазм, ориентированность на результат.

2. Основная задача менеджера по продажам это:
 - A. Презентация продукта.
 - B. Контроль и обеспечение сделки по продаже.
 - C. Привлечение клиента в компанию.
3. Чем менеджер по продажам похож на собственника бизнеса:
 - A. Менеджер по продажам развивает свою клиентскую базу, как предприниматель свою фирму.
 - B. Стремление добиваться максимальной прибыли, используя свои умения, знания и навыки.
 - C. Умение предугадать тенденции развития и выстроить стратегический план.
4. Что наиболее важно менеджеру по продажам при анализе ситуации на рынке?
 - A. Клиенты, свой продукт, конкуренты.
 - B. Сегментация рынка, SWOT-анализ, ABC анализ.
 - C. Цены на нефть, политическая ситуация, сезонность.
5. Что влияет на выведение нового продукта в большей степени:
 - A. Харизматичность менеджера по продажам.
 - B. Давно сложившиеся отношения со старыми клиентами.
 - C. Активность менеджера, понимание целевого клиента.
6. Какие преимущества дает менеджеру по продажам ведение базы данных клиентов:
 - A. Гарантия от потерь информации.
 - B. Экономия времени.
 - C. Возможность выделиться перед руководством в выгодном свете.
7. Какова может быть цель первого телефонного контакта с потенциальным клиентом:
 - A. Продажа.
 - B. Создание благоприятного впечатления о себе и своей компании.
 - C. Достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии.
8. Почему в процессе разговора с клиентом предпочтительнее "Вы-подход", например, «Вы получите возможность привлечь новых покупателей» (вместо – «Мы предлагаем Вам расширить ассортимент»)?
 - A. Так рекомендуют психологи.
 - B. Вы-подход сообщает собеседнику о получаемых выгодах как о состоявшемся факте.
 - C. Так проще вызвать доверие.
9. Вы позвонили в компанию и трубку взял секретарь, что это означает для Вас?
 - A. На секретаря лучше не попадать, они только мешают.
 - B. Можно познакомиться с девушкой.
 - C. Можно собрать дополнительную информацию о потенциальном клиенте.
10. Менеджер по продажам должен быть одет:
 - A. В дорогой костюм и использовать броские аксессуары для того, чтобы произвести впечатление успешности и запомниться партнерам.
 - B. В удобной, повседневной одежде (например: джинсы + рубашка или джемпер). Это способствует неформальному общению .
 - C. Деловой стиль, как принято в среде потенциального клиента. Опрятно и аккуратно.
11. Для чего нужны менеджеру по продажам демонстрационные материалы в процессе общения с клиентом?
 - A. Это удобно, так как можно наглядно показать все в картинках и цифрах.
 - B. Так надежнее, клиент сам сможет во всем разобраться и не риска что-либо забыть.
 - C. Реклама - двигатель торговли. Их нужно оставить после встречи у клиента как напоминание.
12. Когда клиент оценивает предлагаемый продукт, решающее значение имеет следующий фактор:
 - A. Цена.
 - B. Соотношение цены и качества.
 - C. Соотношение выгод и затрат.

13. Позитивная роль конкуренции заключается в:

- А. Регуляции динамики цен.
- В. Стимуляции к развитию сервиса.
- С. Интереснее работать, мотивирует.

14. Почему люди приобретают дорогие товары?

- А. Не умеют считать свои деньги.
- В. Удовлетворение иной выгоды, нежели экономия средств.
- С. Более дорогие товары - более надежны и качественны.

15. Работу с возражением менеджер по продажам должен начинать так:

- А. «Вы несколько неправы, и я сейчас расскажу вам, в чем именно».
- В. «Согласен с Вами».
- С. «Я понимаю, Вашу позицию».

Тема 4. Модели взаимодействия с потребителями

Тест

1. Какие свои качества менеджер по продажам использует в работе с возражениями?

- А. Терпение.
- В. Напористость.
- С. Красноречие.

2. Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по продажам на возражение клиента: «Ваши цены слишком высоки для нас»?

- А. «Да, у нас дорого».
- В. «Да, вы правы, наши цены напрямую связаны с высоким качеством нашей продукции».
- С. «Ну что вы, разве это дорого? Вы посмотрите на цены у наших конкурентов!»

3. Ключевой клиент – это:

- А. Такой, который благодаря соответствующим закупкам обеспечивает фирме и менеджеру по продажам выполнение значительной части плановых показателей объема продаж.
- В. Представители крупных предприятий.
- С. Партнеры, сотрудничающие с фирмой и непосредственно с менеджером по продажам не менее полутора лет.

4. Какие качества должен обнаружить менеджер по продажам при поступлении рекламации?

- А. Умение парировать агрессивные высказывания.
- В. Сострадание и совестливость.
- С. Невозмутимость и понимание состояния клиента.

5. Работа по возвращению клиентов – это:

- А. Умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы его ухода/снижения активности.
- В. Умение приносить извинения за некачественную работу компании.
- С. Умение объяснить клиенту, что уход/снижение активности является его стратегической ошибкой.

6. Задачи менеджера по продажам на многопрофильной выставке:

- А. Продавать как можно больше.
- В. Устанавливать новые связи и заключать предварительные договоренности.

7. Самая высокая степень неопределенности деловой среды имеет место:

- а) в сложной и нестабильной среде;
- б) только в сложной среде;
- в) в стабильной среде.

8. Причинами роста сбытовых издержек являются:

- а) глобализация рынков сбыта;
- б) несовершенство производственной системы компании;

- в) растущая компетентность и требовательность потребителей.
- 9. Нерелевантные факторы рыночной среды — это факторы, которые:
 - а) не оказывают заметного влияния на поведение потребителей;
 - б) достаточно влияют на поведение потребителей;
 - в) не учитываются при исследовании поведения потребителей.
- 10. Какие функции выполняет служба маркетинга компании при продажах продукции:
 - а) установление квот продаж;
 - б) поиск целевого сегмента;
 - в) организация рекламных воздействий. а) не оказывают заметного влияния на поведение потребителей;
 - б) достаточно влияют на поведение потребителей;
 - в) не учитываются при исследовании поведения потребителей.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

Типовые вопросы экзамена (ПК-1, ПК-2, ПК-3)

Вопросы к экзамену

1. Содержание розничной торговли.
2. Основные функции продажи товаров в розничной торговле.
3. Задачи службы сбыта.
4. Функции сбытовой деятельности.
5. Структура сбытовых запасов.
6. Структура, функции предприятий розничной торговой сети.
7. Сущность, задачи, формы торговли.
8. Классификация розничной торговой сети.
9. Органы управления и контроля в торговле.
10. Работа по формированию портфеля заказов.
11. Составление производственного задания.
12. Формирование номенклатурного плана производства.
13. Заключение договоров. Контроль.
14. Отгрузка продукции.
15. Торгово-технологический процесс.
16. Предприятия розничной торговой сети, их виды и типы.
17. Специализация розничной торговой сети.
18. Типизация розничной торговой сети.
19. Виды организационных структур управления в торговле.
20. Функции планирования сбытовой деятельности.
21. Основные функции планирования сбытовой деятельности.
22. Задачи сбытовой деятельности.
23. Планы сбыта на промышленных предприятиях.
24. Понятие товарной продукции.
25. Понятие реализованной продукции.
26. Понятие отгруженной продукции.
27. Составление плана реализации.
28. Составляющие расчета плана реализации на планируемый период.
29. Схема формирования товарно-транспортного баланса.
30. Планирование ассортиментной загрузки производства.
31. Планирование мероприятий по стимулированию сбыта.
32. Подходы в планировании рекламных кампаний.

33. Прогнозирование рынка.
34. Подходы при разработке прогнозов.
35. Прогнозы по периоду времени. Способы разработки прогнозов.
36. Издержки сбытовой деятельности.
37. План продаж.
38. Формы взаимодействия с партнерами.
39. Клиент как основной объект управления.
40. Этапы взаимодействия с клиентом.
41. Особенности и значение организации эффективного взаимодействия с клиентом.
42. Поиск новых клиентов.
43. Налаживание контакта, планирование разговора: личная подготовка к контакту, настройка на собеседника.
44. Планирование личной встречи.
45. Специфика первичного контакта.
46. Информационные каналы.
47. Вербальные и невербальные формы взаимодействия.
48. Техника присоединения: подстройка по позе, жестам, словам, голосу.
49. Управление контактом: схема "ведения" клиента.
50. Техники активного слушания.
51. Выявление потребностей.
52. Выявление основного интереса клиента.
53. Виды и предназначение вопросов.
54. Управление контактом с помощью вопросов.
55. Подготовка и использование аргументов.
56. Методики и навыки ведения диалога. Типы клиентов.
57. Особенности взаимодействия с различными типами клиентов.
58. Влияние психотипа клиента на эффективность продаж.
59. Презентация товара исходя из истинных потребностей клиента.

Типовые задания для экзамена (ПК-1, ПК-2, ПК-3)

Типовое задание

1. Различается ли семантика терминов «сбыт», «распределение» и «дистрибьюция»?

- а) нет, перечисленные термины являются синонимами;
- б) различаются только термины «сбыт» и «распределение»;
- в) различаются лишь термины «сбыт» и «дистрибьюция»;
- г) различаются только термины «дистрибьюция» и «распределение»;
- д) да, и существенно.

2. Что является объектом изучения сбытовой деятельности?

- а) материальный и сопутствующие ему (генерируемые им) информационный,

финансовый и сервисный потоки;

- б) товарно-материальный поток;

в) информационный и сервисный потоки;

- г) материальный и финансовый потоки;

д) организация и управление рациональным процессом продвижения

продукции от продуцента (производителя) к конечному потребителю.

3. Что является предметом изучения сбытовой деятельности?

- а) организация и управление рациональным процессом продвижения продукции от продуцента (производителя) к конечному потребителю;
- б) товарно-материальный поток;
- в) материальный и финансовый потоки;
- г) информационный и сервисный потоки;
- д) материальный и сопутствующие ему (генерируемые им) информационный,

финансовый и сервисный потоки.

4. Какой из перечисленных ниже признаков не относится к отличительным признакам системы сбыта?

- а) процесс управления материальными, информационными, финансовыми и сервисными потоками подчиняется целям и задачам логистики;
- б) существует системная взаимосвязь процесса сбыта с процессами

производства и снабжения;

- в) осуществляется интеграция всех функций внутри самого сбыта;
- г) организация и управление рациональным процессом продвижения

продукции от I продуцента (производителя) к конечному потребителю.

5. Какие из перечисленных ниже негативных последствий сложившихся условий сбыта

не относятся к организационно-экономическим факторам?

- а) высокий уровень логистических издержек в системе товарообращения (заметно

выше, чем в развитых странах);

- б) потеря товарной специализации оптовых организаций;
- в) отсутствие внутри- и межрегионального взаимодействия товаропроводящих

структур;

- г) непрофильное использование складских комплексов (примерно на две трети

пустуют либо сдаются в аренду);

- д) целевые ориентации на производителя и недостаток внимания к сфере обращения.

6. Какой из перечисленных ниже подходов не относится к решению вопроса взаимосвязи

и разграничения компетенций сбытовой деятельности и маркетинга?

- а) интеграция функций сбыта, логистики и маркетинга на основе отрицания

различия в уровне компетенции;

- б) наличие принципиальных разграничений маркетинговой, сбытовой и

логистической деятельности и обособление их функциональной компетенции;

- в) взаимопроникновение функций и компетенции, приоритет маркетинговой

деятельности: логистика и сбыт являются частью маркетинга;

- г) приоритет сбытовой деятельности;

- д) отсутствие внутри- и межрегионального взаимодействия товаропроводящих

структур.

7. К какой стадии функционального жизненного цикла продукции относится сбытовая

деятельность?

- а) потребления или эксплуатации и утилизации продукции;
- б) изготовления продукции;
- в) обращения продукции;
- г) исследования и проектирования продукции;
- д) ни к одной из перечисленных стадий.

8. Какие из перечисленных ниже функций сбытовой логистики относятся к основным?

- а) сбыт (функции обмена — передачи собственности), хранение, транспортирование;
- б) стандартизация, финансирование, страхование от рисков, информационное и

научное

обеспечение, логистический сервис;

- в) функции купли-продажи готовой продукции;
- г) функции обмена готовой продукции;
- д) функции управления движением сырья и материалов в логистической цепи.

9. Какие из перечисленных ниже функции сбытовой логистики относятся к

обеспечивающим?

- а) стандартизация, финансирование, страхование от рисков, информационное и

научное

обеспечение; логистический сервис;

- б) сбыт (функции обмена—передачи собственности), хранение, транспортирование;
- в) функции купли-продажи готовой продукции;
- г) функции обмена готовой продукции;
- д) функции управления движением сырья и материалов в логистической цепи.

10. Какие из перечисленных ниже функций сбытовой логистики не относятся к основным функциям микроуровня?

- а) организация получения и обработки заказов;
- б) планирование процесса реализации;
- в) выбор упаковки продукции, ее комплектация и консервирование;
- г) организация отгрузки продукции;
- д) передача прав собственности на готовую продукцию.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
	ПК-1	Свободно разбирается в основных концепциях формирования ассортимента; видах товарных потерь, причинах их возникновения, порядке списания, мерах предупреждения и сокращения применяет основные положения теорий системного анализа.¶На высоком уровне способен находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для формирования ассортимента и управления запасами.¶

«отлично»	ПК-2	Студент показывает не только высокий уровень теоретических знаний по дисциплине, но и прослеживает междисциплинарные связи. Умеет увязывать знания, полученные при изучении различных дисциплин, анализировать практические ситуации, принимать соответствующие решения. Ответ, построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано, уместно используется информационный материал. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу. Знает основные принципы организации управления торгово-технологическими процессами. Может определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери.
	ПК-3	Студент показывает не только высокий уровень теоретических знаний по дисциплине, но и прослеживает междисциплинарные связи. Умеет увязывать знания, полученные при изучении различных дисциплин, анализировать практические ситуации, принимать соответствующие решения. Ответ, построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано, уместно используется информационный материал. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу. Способен изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.
«хорошо»	ПК-1	В достаточном объеме разбирается в основных концепциях формирования ассортимента; видах товарных потерь, причинах их возникновения, порядке списания, мерах предупреждения и сокращения применяет основные положения теорий системного анализа.¶На достаточном уровне способен находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для формирования ассортимента и управления запасами.¶
	ПК-2	Студент показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информационный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы, задаваемые преподавателем, не вызывают существенных затруднений. Владеет навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии. Использует на практике принципы выделения основных объектов и субъектов торгово-технологических операций, центры ответственности.

	ПК-3	Студент показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим информационный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы, задаваемые преподавателем, не вызывают существенных затруднений. Знает сущность, принципы поведения потребителей; основные формы нужд и потребностей и способы их удовлетворения. Умеет идентифицировать потребности в соответствии с динамикой рынка
«удовлетворительно»	ПК-1	В не достаточном объеме разбирается в основных концепциях формирования ассортимента; видах товарных потерь, причинах их возникновения, порядке списания, мерах предупреждения сокращения применяет основные положения теорий системного анализа.¶На не достаточном уровне способен находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для формирования ассортимента и управления запасами.¶
	ПК-2	Студент показывает не достаточный уровень знаний учебного и лекционного материала, не в полном объеме владеет практическими навыками, чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. В не достаточном объеме владеет навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии. В не достаточном объеме владеет навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает не достаточно глубокие знания. Может регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию.
	ПК-3	Студент показывает не достаточный уровень знаний учебного и лекционного материала, не в полном объеме владеет практическими навыками, чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает не достаточно глубокие знания. Владеет навыками выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, их формирования с помощью маркетинговых исследований. Слабо идентифицирует потребности в соответствии с динамикой рынка.
	ПК-1	Не разбирается в основных концепциях формирования ассортимента; видах товарных потерь, причинах их возникновения, порядке списания, мерах предупреждения и сокращения применяет основные положения теорий системного анализа.¶Не способен находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для формирования ассортимента и управления запасами.¶

«неудовлетворительно»	ПК-2	Не владеет навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии. Не владеет навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери. На поставленные вопросы не находит ответа.
	ПК-3	Студент показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на поставленные вопросы или затрудняется с ответом. Не знает теорем. Не может выделить междисциплинарные связи. Не знает сущность, принципы поведения потребителей; основные формы нужд и потребностей и способы их удовлетворения. Затрудняется прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;

- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Лукич Р. Управление продажами : практическое пособие. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 211 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279013>
2. Кондрашов, В. М. Управление продажами : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «маркетинг» (080111), «коммерция (торговое дело)» (080301). - 2022-03-26; Управление продажами. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 319 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81577.html>

6.2 Дополнительная литература:

1. Голова А. Г. Управление продажами : учебник. - Москва: Дашков и К°, 2017. - 279 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767>
2. Руднева Т. С. Разработка программы мероприятий по внедрению инноваций в бизнес-процесс «Управление продажами» на предприятии торговли: выпускная квалификационная работа бакалавра : студенческая научная работа. - Санкт-Петербург: б.и., 2019. - 94 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563809>
3. Дрёмова, Ю. Г., Букова, А. А. Управление продажами. Практические ситуации для анализа : учебное пособие для студентов направления подготовки 38.04.02. «менеджмент». - Весь срок охраны авторского права; Управление продажами. Практические ситуации для анализа. - Москва: Научный консультант, 2018. - 60 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/80801.html>
4. Джоббер, Д., Ланкастер, Дж. Продажи и управление продажами : учебное пособие для вузов. - 2022-03-26; Продажи и управление продажами. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 621 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81832.html>
5. Гусарова, В., Птуха, К. Управление продажами на территории: Теоретические основы и практические рекомендации. - 2021-02-28; Управление продажами на территории: Теоретические основы и практические рекомендации. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 208 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/82431.html>
6. Смирнова, И. Ю. Управление продажами : методическое пособие (курс лекций). - Весь срок охраны авторского права; Управление продажами. - Симферополь: Университет экономики и управления, 2018. - 186 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/86421.html>

6.3 Иные источники:

1. Международный журнал «Международная торговля и торговая политика» - <https://mttp.rea.ru/jour>
2. Электронный журнал «Современная торговля» - <http://panor.ru/magazines/sovremennaya-torgovlya.html>
3. Журнал Менеджмент - <http://iso-management.com/>
4. Российский журнал менеджмент - <https://gsom.spbu.ru/gsom/publishing/rjm/>
5. Административно-управленческий портал - <http://www.aup.ru/news/market/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

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

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Операционная система Microsoft Windows 10

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

7-Zip 9.20

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru>
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
3. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
4. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
5. Российская национальная библиотека. – URL: <http://nlr.ru>
6. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина. – URL: <http://www.tambovlib.ru>
7. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>
8. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» . – URL: <http://www.biblioclub.ru>
9. Электронная библиотека РФФИ. – URL: <https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>
10. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
11. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.