

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.4.1 Управление продажами

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.....	10
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	20
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	22
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: знать 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 основные объекты и субъекты торгово-технологических операций, формировать центры ответственности
		Владеет: владеть навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения, проведения инвентаризации, определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов, а также учета и списания потерь
	ПК-3 Готовность к	Знает и понимает:

	выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного	знать и понимать сущность, принципы поведения потребителей; основные формы нужд и потребностей и способы их удовлетворения
		Умеет (способен продемонстрировать): анализировать формы поведения потребителей и принципы их формирования, идентифицировать потребности в соответствии с динамикой рынка
		Владеет: навыками идентификации потребностей покупателей и их удовлетворения, владения маркетинговых исследований, способностью изучать и прогнозировать спрос 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	Менеджмент розничной торговли			+
6	Современные технологии транспортировки в логистике	+		
7	Технологическая практика		+	+
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	Менеджмент розничной торговли				+	
4	Сбытовая логистика		+			
5	Технологическая практика			+	+	
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	Менеджмент розничной торговли				+
5	Поведение потребителей		+		
6	Технологическая практика			+	+

## 2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Управление продажами» относится к вариативной части учебного плана ОП по направлению подготовки 38.03.06 - Торговое дело.

Дисциплина «Управление продажами» 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)
<b>Общая трудоёмкость ди</b>	<b>252</b>
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 работы отдела продаж	1	3	35	Собеседование
2	Структура продаж	2	3	36	Опрос
3	Установление и поддержание контакта	1	3	36	Кейс
4	Основные психологические типы поведения клиентов	2	3	36	Кейс
5	Эффективная презентация товара	2	2	37	Опрос
6	Управление продажами в оптовой и розничной торговле	2	Пп 2	37	Тестирование; Практическое задание для практической подготовки

#### Тема 1. Организация работы отдела продаж (ПК-2)

##### Лекция.

Основные функции сбытовой деятельности. Понятие сбытовой деятельности и сбытовой логистики. Задачи службы сбыта. Функции сбытовой деятельности. Структура сбытовых запасов. Пропускная способность складов и их мощность. Понятие транзитной нормы отгрузки. Нормы погрузки и выгрузки. Направления деятельности отдела сбыта предприятия. Способы формирования отдела продаж.

##### Практическое занятие.

Работа по формированию портфеля заказа и загрузки производства. Составление производственного задания. Формирование номенклатурного плана производства. Заключение договоров. Контроль. Отгрузка продукции. Планирование и организация работы склада. Выставки, ярмарки, реклама.

#### **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 сбытовой деятельности.
2. Задачи службы сбыта.
3. Функции сбытовой деятельности.
4. Структура сбытовых запасов.
5. Пропускная способность складов и их мощность.
6. Понятие транзитной нормы отгрузки.
7. Нормы погрузки и выгрузки.

### **Тема 2. Структура продаж (ПК-3)**

#### **Лекция.**

Функции планирования сытовой 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. Логистические издержки сбытовой деятельности.

#### **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.

Задания для самостоятельной работы

1. Работа по формированию портфеля заказов и загрузки производства.
2. Составление производственного задания.
3. Формирование номенклатурного плана производства.
4. Заключение договоров.
5. Контроль. Отгрузка продукции.
6. Планирование и организация работы склада.
7. Выставки, ярмарки, реклама.

### **Тема 3. Установление и поддержание контакта (ПК-3)**

#### **Лекция.**

Этапы взаимодействия с клиентом. Особенности и значение каждого этапа. Планирование разработки новых клиентов. "Вход с улицы": барьеры и ресурсы. Планирование разговора: личная подготовка к контакту, настройка на собеседника. Планирование личной встречи. Технология Small-talk. Внешний вид менеджера по продажам.

#### **Практическое занятие.**



Информационные каналы, позволяющие установить первичный контакт, вербальное и невербальное в общении. 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. Приемы позитивного выражения своих взглядов.
2. Специфика телефонного контакта.
3. Выработка собственного стиля телефонного общения.
4. Построение первой фразы.

### **Тема 4. Основные психологические типы поведения клиентов (ПК-1)**

#### **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 диалога. Типы клиентов. Особенности взаимодействия с различными типами клиентов. Презентация 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 дисциплине.

Задание для самостоятельной подготовки:

На примере продажи различных видов товаров разработайте модели взаимодействия продавца с покупателем на основе разницы прихотипов.

### **Тема 5. Эффективная презентация товара (ПК-3)**

#### **Лекция.**

Составление предложения на основе истинных потребностей и психологического типа клиента. Схема проведения презентации, уменьшающая количество потенциальных возражений. Презентация в форме диалога. Преодоление возражений и работа с препятствиями.

#### **Практическое занятие.**

Виды возражений. Схема, позволяющая отличать объективные возражения и отговорки. Подготовка к работе с возражениями. Способы работы с возражениями с учетом психологических особенностей клиента. Как избежать спора. Правила презентации. Формула ВИЖУД. Принцип СВ.

#### **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 самостоятельного изучения:

1. Подводные камни в проведении презентации.
2. Определение цели и темы переговоров.
3. Сбор информации о противоположной стороне.
4. Сравнительный анализ позиций каждой из сторон.
5. Распределение ролей при групповых переговорах.
6. Подбор и подготовка места для переговоров, выбор времени.

## Тема 6. Управление продажами в оптовой и розничной торговле (ПК-2)

### Лекция.

Особенности оптовой и розничной торговли. Понятие оптовой и розничной торговли. Функции оптовой и розничной торговли. Основные категории оптовых предприятий. Особенности формирования отдела продаж в оптовой и розничной торговле.

### Практическое занятие.

Розничные торговые предприятия их формы и виды. Структура оптовой и розничной торговли. Основные стратегии развития оптовых и розничных предприятий. Классификация розничной торговли. Структура розничной сети. Распределительные каналы: понятие, основные характеристики и виды.

### 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. Содержание и функции оптовой торговли.
2. Содержание и функции розничной торговли.
3. Специфика процесса управления продажами в оптовой и розничной торговле.
4. Показатели эффективности продаж.

## 4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

### 4.1. Распределение баллов:

Балльно-рейтинговые мероприятия не предусмотрены

### 4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

## Кейс

### Тема 3. Установление и поддержание контакта

#### КЕЙС 1

Петров Иван Иванович, мужчина средних лет по специальности врач по натуре лидер в прекрасном расположении духа пришел в технический супермаркет с целью приобрести дрель для проведения ремонта в своей квартире. В данном магазине ассортимент дрелей достаточно широк (составляет примерно 25 торговых марок). Кроме того, дрели разделены на 3 группы:

1. Европейского производства
2. Отечественного производства
3. Производства Китая

Иван Иванович доверяет только европейскому производителю, так как считает, что отечественный инструмент не соответствует своим техническим характеристикам, а инструмент производства Китая является инструментом не надлежащего качества. Продавец же замотивирован на продажу инструмента марки «N», производимой в Китае по лицензии итальянской фирмы «M».

Ответьте на ряд вопросов:

1. Какие внешние и внутренние факторы, описанные в ситуации, будут влиять на этапе принятия Иваном Ивановичем окончательного решения покупке?
2. Какое коммуникативное воздействие должен произвести продавец на Ивана Ивановича для того, чтобы убедить его приобрести инструмент торговой марки «N»?
3. Какое стилевое оформление должно быть у магазина (музыка, внешний вид продавца, мерчендайзинг)?

## КЕЙС 2

Молодая пара пришла в туристическое агентство. У них медовый месяц и они хотели бы съездить отдохнуть. Они приняли решение поехать в теплую страну (Египет, ОАЭ, Греция...) Сейчас декабрь месяц, а наши молодожены хотят к солнцу. В связи с тем, что наш генеральный туроператор поставил условия: продать большое количество путевок на горнолыжные курорты вам предстоит решить следующие задачи:

Уговорить молодую пару поехать на горнолыжный курорт.

Как вы будете действовать на этапе покупки, применяя следующие стратегии:

- внутримagaзинный организационный фактор;
- ценовой;
- успешной презентации.

### Тема 4. Основные психологические типы поведения клиентов

Кейс.

Ваша организация принимает решение о создании региональной сети розничных торговых точек формата минимаркет шаговой доступности. В отличие от имеющихся в Вашем регионе розничных торговых сетей Ваша организация планирует позиционировать свои торговые точки, как магазины для среднего класса понимающего в качестве и следящего за своим здоровьем. Уровень цен – на 10% – 15% выше среднерыночных. Для разработки стратегии выводы розничной сети:

- Установить демографические показатели целевой аудитории;
- Рассчитать долю целевой аудитории от всего населения;
- Определить социальные показатели, характеризующие потенциального потребителя;
- Установить долю потенциальных потребителей от всей целевой аудитории выделенной по демографическому признаку;
- Установить факторы социально-группового влияния на потенциальных потребителей;
- Определить факторы влияющие на восприятие, обработку и интерпретацию информации потенциальными покупателями;
- Установить личностные факторы влияющие на принятие решения о покупке потенциальными потребителями (по Рокичу, Шварцу).

Необходимо:

1. Составить таблицу сопоставления факторов влияющих на потребителя.
2. Определить метод обучения, который наиболее эффективно воздействует на потенциальных покупателей.
3. Установите показатели знания/узнавания Вашей розничной сети для целевой аудитории.
4. Установить факторы, которые будут влиять на отношение к Вашей торговой сети потенциальных потребителей.
5. Составить анкету для определения отношения к Вашей торговой сети.
6. Разработать креативную идею для продвижения Вашей торговой сети.

## Опрос

### Тема 2. Структура продаж

Вопросы для собеседования:

1. Функции планирования сбытовой деятельности.
2. Основные функции планирования сбытовой деятельности.
3. Задачи сбытовой деятельности.
4. Планы сбыта на промышленных предприятиях.
5. Понятие товарной продукции.
6. Понятие реализованной продукции.
7. Понятие отгруженной продукции.

8. Составление плана реализации.
9. Составляющие расчета плана реализации на планируемый период.
10. Схема формирования товарно-транспортного баланса.
11. Планирование ассортимента загрузки производства.
12. Планирование мероприятий по стимулированию сбыта.
13. Подходы в планировании рекламных кампаний.
14. Прогнозирование рынка.
15. Подходы при разработке прогнозов.
16. Прогнозы по периоду времени.
17. Способы разработки прогнозов.
18. Логистические издержки сбытовой деятельности.

### Тема 5. Эффективная презентация товара

Вопросы для опроса:

1. Составление предложения на основе истинных потребностей и психологического типа клиента.
2. Схема проведения презентации, уменьшающая количество потенциальных возражений.
3. Презентация в форме диалога.
4. Преодоление возражений и работа с препятствиями.
5. Виды возражений.
6. Схема, позволяющая отличать объективные возражения и отговорки.
7. Подготовка к работе с возражениями.
8. Способы работы с возражениями с учетом психологических особенностей клиента.
9. Как избежать спора.
10. Правила презентации.
11. Формула ВИЖУД.
12. Принцип СВ.

### Практическое задание для практической подготовки

#### Тема 6. Управление продажами в оптовой и розничной торговле

Задание №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 1. Организация работы отдела продаж

Вопросы для собеседования:

1. Основные функции сбытовой деятельности.
2. Понятие сбытовой деятельности и сбытовой логистики.
3. Задачи службы сбыта.
4. Функции сбытовой деятельности.
5. Структура сбытовых запасов.

6. Пропускная способность складов и их мощность.
7. Понятие транзитной нормы отгрузки.
8. Нормы погрузки и выгрузки.
9. Направления деятельности отдела сбыта предприятия. .
10. Работа по формированию портфеля заказа и загрузки производства.
11. Составление производственного задания. Формирование номенклатурного плана производства.
12. Заключение договоров. Контроль. Отгрузка продукции.
13. Планирование и организация работы склада.
14. Выставки, ярмарки, реклама.

## Тестирование

### Тема 6. Управление продажами в оптовой и розничной торговле

#### Тест

1. Деловая среда менеджмента продаж оценивается по критериям:
  - а) надежности поставщиков;
  - б) сложности, стабильности и неопределенности;**
  - в) наличия конкурентов.
2. Самая высокая степень неопределенности деловой среды имеет место:
  - а) в сложной и нестабильной среде;**
  - б) только в сложной среде;
  - в) в стабильной среде.
3. Причинами роста сбытовых издержек являются:
  - а) глобализация рынков сбыта;
  - б) несовершенство производственной системы компании;
  - в) растущая компетентность и требовательность потребителей.**
4. 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.
5. Какие функции выполняет служба маркетинга компании при продажах продукции:
  - а) установление квот продаж;
  - б) поиск целевого сегмента;**
  - в) организация рекламных воздействий.
6. Какие стадии развития проходит менеджмент продаж как система:
  - а) предпринимательскую;
  - б) зрелости;
  - в) развитой корпоративной практики;
  - г) алгоритмизации процесса продаж.**
7. В каких функциях раскрывается сущность менеджмента продаж:
  - а) планирование и организация продаж;**
  - б) мотивация и контроль продаж;
  - в) формирование клиентской базы.
8. Субъектом менеджмента продаж товарной продукции в литературе называют менеджера по продажам:
  - а) да; б) нет.**
9. К интеллектуальным качествам современного менеджера относят:
  - а) здоровье;
  - б) умение принимать нужное решение;**

в) творческое начало.

10. Продажа — это процесс ... потенциальных покупателей приобрести товар или услугу.

11. Ключевыми требованиями к должности менеджера по продажам относят:

а) умение выстраивать отношения с клиентами;

**б) приспособляемость;**

в) активность.

#### 4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

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

#### Вопросы к экзамену

1. Понятие сбытовой деятельности.
2. Основные функции сбытовой деятельности.
3. Задачи службы сбыта.
4. Структура сбытовых запасов.
5. Пропускная способность складов и их мощность.
6. Понятие транзитной нормы отгрузки.
7. Нормы погрузки и выгрузки.
8. Направления деятельности отдела сбыта предприятия.
9. Работа по формированию портфеля заказов.
10. Составление производственного задания.
11. Формирование номенклатурного плана производства.
12. Заключение договоров.
13. Контроль. Отгрузка продукции.
14. Планирование и организация работы склада.
15. Выставки, ярмарки, реклама.
16. Функции планирования сбытовой деятельности.
17. Планы сбыта на промышленных предприятиях.
18. Понятие товарной продукции.
19. Понятие реализованной продукции.
20. Понятие отгруженной продукции.
21. Составление плана реализации.
22. Планирование ассортиментной загрузки производства.
23. Планирование мероприятий по стимулированию сбыта.
24. Подходы в планировании рекламных кампаний.
25. Прогнозирование рынка. Подходы при разработке прогнозов.
26. Роль и значение сбытовых служб.
27. Варианты сбытовой деятельности.
28. Функции и задачи службы сбыта.
29. Классификация принципов организации службы сбыта на предприятии.
30. Процесс регулирования сбытовой деятельности.
31. Факторы сбытовой деятельности.
32. Задачи мониторинга.
33. Методы проведения мониторинга плана поставок.
34. Алгоритм проведения мониторинга.
35. Функция учета в сбытовой деятельности.
36. Понятие и функции оптовой торговли.
37. Основные категории организации оптовой торговли.
38. Понятие и функции розничной торговли.

39. Классификация розничной торговли.
40. Структура розничной сети.
41. Составление предложения на основе истинных потребностей и психологического типа клиента.
42. Схема проведения презентации, уменьшающая количество потенциальных возражений.
43. Презентация в форме диалога.
44. Преодоление возражений и работа с препятствиями.
45. *Виды возражений.*
46. *Схема, позволяющая отличать объективные возражения и отговорки. Подготовка к работе с возражениями.*
47. *Способы работы с возражениями с учетом психологических особенностей клиента.*
48. *Как избежать спора.*
49. *Правила презентации.*
50. *Формула ВИЖУД. Принцип СВ.*
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 диалога.*
57. *Типы клиентов.*
58. *Особенности взаимодействия с различными типами клиентов.*
59. *Презентация исходя из истинных потребностей клиента.*

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

Типовое задание 1 :

1. На основе Spin- технологии разработайте план продажи товара и формы взаимодействия с потребителями исходя из разницы психотипов.

Типовое задание 2:

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 и 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 языком, привлекается 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 и 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. 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>

### **6.2 Дополнительная литература:**

1. 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>
2. 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>
3. 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>

### **6.3 Методические разработки:**

1. 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>

### **6.4 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. «Информационные технологии» на Портале корпоративного управления. - [www.iteam.ru/publications/it/](http://www.iteam.ru/publications/it/)
4. <http://www.aup.ru/news/market/> - Административно-управленческий портал

## **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:

Операционная система Microsoft Windows 10

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

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

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

7-Zip 9.20

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

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