

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 27.08.2023 18:43:27
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b15ca912

Приложение 6 ОП ВО

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – филиал РАНХиГС**

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ и ФИНАНСОВ
(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала))
Кафедра экономики
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС
Хлутков А.Д.

**ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА
Финансы и кредит**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Реализуемой без применения электронного(онлайн)курса

Б1.В.ДВ.03.01 «Управление продажами и маркетинг»
(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

38.03.01 Экономика
(код, наименование направления подготовки (специальности))

"Финансы и кредит"
(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))

Бакалавр
(квалификация)

Очная/очно-заочная
(форма(ы) обучения)

Год набора: 2023

Санкт-Петербург, 2022 г.

Автор–составитель: *(использована типовая программа РАНХиГС, составитель*
к.э.н., доцент кафедры «Фондовые рынки и финансовый инжиниринг»С.Н. Буханцева)
(ученая степень и(или) ученое звание, должность) (наименование кафедры) (Ф.И.О.)

Заведующий кафедрой экономики, д.э.н., профессор Мисько Олег Николаевич
(наименование кафедры) (ученая степень и(или) ученое звание) (Ф.И.О.)

Б1.В.ДВ.03.01 Управление продажами и маркетинг одобрена на заседании кафедры экономики. Протокол от 27 сентября 2022 года № 2.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине
6. Методические материалы для освоения дисциплины
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
 - 7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация
 - 7.4. Интернет-ресурсы
 - 7.5. Иные источники
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Управление продажами и маркетинг» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК ОС-2	Способен разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	УК ОС-2.1	Способен понимать основные сведения о структуре фирмы, её функциях, принципах планирования, контроля, учета и построения отчетности, а также об основных этапах собеседований
		УК ОС-2.2	Способен разрабатывать проект на основе оценки ресурсов и ограничений с применением профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
ПКс ОС II – 3	Способен осуществлять подбор финансовых услуг в интересах потребителя и осуществлять консультирование по ограниченному кругу финансовых продуктов	ПКс ОС II – 3.1	Способен определять проектные виды деятельности и применяет для их организации информационные системы, а также осуществляет маркетинговое позиционирование в сфере цифровых финансов и банков
		ПКс ОС II - 3.3	Способен осуществлять подбор финансовых услуг в интересах потребителя и осуществляет консультирование по ограниченному кругу финансовых продуктов

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ	Код компонента компетенции	Результаты обучения
--------	----------------------------	---------------------

<i>(при наличии профстандарта) / трудовые или профессиональные действия</i>		
<p>ОТФ А. Консультирование клиентов по использованию финансовых продуктов и услуг</p> <p>ТФ – А/02.6. Подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов; (п.)</p>	<p>УК ОС-2.1 УК ОС-2.2</p>	<p><u>На уровне знаний:</u> - законодательство Российской Федерации и отраслевые стандарты рисками персоналом</p> <p><u>На уровне умений:</u> анализировать и большой объем информации; - работать в автоматизированных системах информационного профессиональной деятельности</p> <p><u>На уровне навыков:</u> - уметь анализировать состояние и на основе полученных данных прогнозировать изменения инвестиционного информационного рынков</p>
	<p>ПКс ОС II – 3.1 ПКс ОС II - 3.3</p>	<p><u>Знания:</u> типовые методики расчета экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; применяемые, в сфере управления проектами и продажами, бизнес-процессы, роль менеджеров и специалистов по управлению продажами; организацию управления маркетинговой деятельностью предприятия;</p>
		<p><u>Умения:</u> определять маркетинговую стратегию организации;</p> <p><u>Навыки:</u> владение современным инструментарием управления продажами и проектами;</p>

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Управление продажами и маркетинг» составляет 2 зачетные единицы, т.е. 72 академических часа.

На контактную работу с преподавателем выделено 40 часов, из них 8 часов лекций и 32 часов практических занятий, на самостоятельную работу обучающихся выделено 32 часов для очной ф/о.

На контактную работу с преподавателем выделено 24 часа, из них 4 часа лекций и 20 часов практических занятий, на самостоятельную работу обучающихся выделено 48 часов для очно-заочной ф/о.

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Вид работы	Трудоемкость
	очная / очно-заочная формы обучения
Общая трудоемкость	72
Аудиторная работа	40/24
Лекции	8/4
Практические занятия	32/20
Самостоятельная работа	32/48
Контроль самостоятельной работы	
Консультация	
Вид итогового контроля	зачет

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Управление продажами и маркетинг» изучается на 3 курсе, в 6 семестре для студентов очной формы обучения и на 4 курсе в 8 семестре для студентов очно-заочной формы обучения.

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Управление продажами и маркетинг» происходит после освоения дисциплин Б1.О.11 «Основы теории финансов», Б1.В.06 «Институциональная экономика».

Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Учебно-тематический план

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, ак. час./ час.					Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Сбытовая деятельность фирмы	14	2		6		6	Дисс.
Тема 2	Организация отдела продаж на фирме	10	2		4		4	Дисс.
Тема 3	Планирование и реализация сбытовой деятельности	14	2		6		6	Дисс.
Тема 4	Управление взаимодействием со сбытовыми каналами	10	2		4		4	Дисс.
Тема 5	Торговый маркетинг розничных предприятий	12	-		6		6	Дисс.
Тема 6	Управление ассортиментом при организации продаж	12	-		6		6	Дисс.
Промежуточная аттестация								За.
Всего:		72	8		32		32	

** – разработчик указывает необходимые формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол), эссе (Эс), реферат (Реф), дискуссия (Д), самостоятельная работа (СР).

*** - разработчик указывает необходимые формы промежуточной аттестации: зачет (За).

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, ак. час./ час.					Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Сбытовая деятельность фирмы	12	1		2		9	Дисс.
Тема 2	Организация отдела продаж на фирме	12	1		2		9	Дисс.
Тема 3	Планирование и реализация сбытовой деятельности	12	1		4		7	Дисс.
Тема 4	Управление взаимодействием со сбытовыми каналами	12	1		4		7	Дисс.
Тема 5	Торговый маркетинг розничных предприятий	12	-		4		8	Дисс.
Тема 6	Управление ассортиментом при организации продаж	12	-		4		8	Дисс.
Промежуточная аттестация								За.
Всего:		72	4		20		48	

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Сбытовая деятельность фирмы

Место сбытовой деятельности в бизнес-модели фирмы, функции сбыта, содержание сбытовой деятельности, цели, задачи, сущность продаж, понятие сбытовой стратегии, классификация сбытовых стратегий, обоснование выбора стратегии продаж, сбыт как функция маркетинга, сбытовая и маркетинговая концепция фирмы, обоснование использования посредников в канале сбыта, классификация посредников, вертикальные маркетинговые системы.

Тема 2. Организация отдела продаж на фирме

Типы организации отдела продаж на фирме: организация службы сбыта по территориальному признаку; организация службы сбыта по продукт-портфолио; функциональная организация службы сбыта; сегментно-клиентская организация службы сбыта; смешанные формы организации службы сбыта, особенности процесса создания отдела продаж на предприятии, сущность, место отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями фирмы, уровни взаимодействия отделов продаж и маркетинга на фирме, методы поиска, найма, обучения торгового персонала.

Тема 3. Планирование и реализация сбытовой деятельности

Особенности разработки плана сбыта: сбытовые территории и другие формы ответственности торгового персонала, сбытовые квоты и планы продаж, реализация плана сбыта предприятия: организация работы торгового персонала, методы оценки работы торгового персонала, методы мотивации торгового персонала.

Тема 4. Управление взаимодействием со сбытовыми каналами

Инструменты сбытовой политики фирмы в области сотрудничества со сбытовыми каналами: элементы сбытовой политики в области сотрудничества с посредниками (организация поиска, привлечения и послепродажного обслуживания клиентов, составление коммерческих предложений, техника продаж и проведение переговоров); элементы сбытовой политики в области коммерческих условий сопровождения сделок (ценообразование, условия платежа, финансовая поддержка клиентов); элементы сбытовой политики в области коммерческой логистики, особенности взаимодействия с посредниками в канале распределения исходя из типа реализуемой фирмой сбытовой стратегии, Account management – управление партнерством с клиентурой фирмы, организация совместных с посредниками маркетинговых мероприятий и послепродажного обслуживания

Тема 5. Торговый маркетинг розничных предприятий

Специфика и природа розничной торговли, сущность, цели, задачи и содержание маркетинга розничной торговли, комплекс маркетинга предприятия розничной торговли, определение целевого рынка розничной торговли фирмы, выбор местоположения предприятия розничной торговли, формирование ассортимента и определение комплекса услуг, предлагаемых розничным торговым предприятием, мерчандайзинг как основная технология продвижения в розничной торговле, стратегия розничной фирмы в области ценообразования, классификация торговых розничных предприятий

Тема 6. Управление ассортиментом при организации продаж

Критерии выбора товара. Концепция нового товара. Стратегии продвижения на рынок. Стратегии обоснования выбора выгодного поставщика. Значение системы товародвижения. Экономическая эффективность системы товародвижения. Управление продажами при

применении метода продажи на дому у покупателей, метода продажи по образцам, метода продажи по предварительным заказам, метода продажи с открытой выкладкой, метода продажи с самообслуживанием. Вендинг. Подходы к организации Интернет – продаж. Понятие «многоканальные продажи», преимущества применения. Концепция управления товарным ассортиментом.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины ФТД.В.02 Региональная экономика и политика используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1. Сбытовая деятельность фирмы	Вопросы для дискуссии
Тема 2. Организация отдела продаж на фирме	Вопросы для дискуссии
Тема 3. Планирование и реализация сбытовой деятельности	Вопросы для дискуссии
Тема 4. Управление взаимодействием со сбытовыми каналами	Вопросы для дискуссии
Тема 5. Торговый маркетинг розничных предприятий	Вопросы для дискуссии
Тема 6. Управление ассортиментом при организации продаж	Вопросы для дискуссии

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.2.1. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся к теме 1 Сбытовая деятельность фирмы

1. Вопросы для дискуссий

1. Понятия сбыта и товароведения.
2. Методы сбыта товаров.
3. Принципы управления продажами
4. Этапы и технологии осуществления продаж
5. Почему знание технологии продаж – важнейшее условие повышения конкурентоспособности торговой организации?

4.2.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся к теме 2. Организация отдела продаж на фирме

Вопросы для дискуссий

1. План развития продаж
2. Аутсорсинг – как инструмент повышения эффективности продаж
3. Организация работы коммерческого отдела
4. Сущность и организация продаж предприятия.

4.2.3. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся к 3.

Планирование и реализация сбытовой деятельности

Вопросы для дискуссий

1. Классификации форм и методов продажи товаров и услуг.
2. Принципы проектирования интерьера мест продажи с учетом его влияния на подсознание покупателей.
3. Качество и культура торгового обслуживания как стимул к покупке.
4. Основные принципы мерчендайзинга в торговле.
5. Активные и пассивные приемы продажи;
6. Как влияют цветовые решения мест продажи на поведение покупателей?

4.2.4. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся к

теме 4. Управление взаимодействием со сбытовыми каналами

Вопросы для дискуссий

1. Как осуществляется управление продажами на основе оптимизационного принципа?
2. Раскройте сущность предпринимательской модели управления продажами.
3. Охарактеризуйте персонал как важнейший элемент управления продажами
4. Какие методы математического моделирования используются в управлении продажами
5. Как влияет на эффективность продаж грамотное прогнозирование объемов продаж
6. Перечислите этапы формирования технологии эффективных продаж
7. Каналы распределения и их виды.
8. Типы посредников каналов распределения.
9. Основные системы распределения товаров.

4.2.5. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся к

теме 5. Торговый маркетинг розничных предприятий

Вопросы для дискуссий

1. Прямые и косвенные цели воздействия на поведение покупателей.
2. Методы формирования рекламного аргумента.
3. Оценка эффективности рекламного аргумента.
4. Ценовое стимулирование сбыта: его возможности и ограничения.
5. Неценовое стимулирование сбыта и условия его применения.

6. Принципы формирования системы мотивации труда продавцов.

7. Насколько эффективна причина применения в российской торговле приемов экономического стимулирования сбыта?

4.2.6. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся к теме 6. Управление ассортиментом при организации продаж

Вопросы для дискуссий

1. Категорийный менеджмент — как процесс управления ассортиментом
2. Оценка оборачиваемости товарных запасов.
3. Выявление пробелов в ассортименте.
4. Оценка избыточности/недостатка товарных запасов
5. Оперативная корректировка ассортимента, цен, выкладки.

Критерии оценивания текущего контроля

1.1. Текущий контроль знаний студентов обеспечивает оперативное управление учебной деятельностью студента и проводится с целью:

- соответствия уровня и качества подготовки специалиста Государственному образовательному стандарту ФОСов части государственных требований;
- проверки качества теоретических знаний по дисциплине;
- проверки наличия умений применять полученные теоретические знания при решении практических задач и выполнении лабораторных работ;
- проверки наличия умений самостоятельной работы с учебной литературой.

1.2. Текущий контроль знаний студентов предусматривает систематическую проверку качества полученных студентами знаний, умений и навыков по всем дисциплинам, изучаемым в каждом семестре.

1.3. Текущий контроль знаний студентов может проводиться в форме: устного опроса, программированного контроля, письменной работы, тестового контроля, контрольной работы, применения рейтинговой системы контроля знаний и т.п.

1.4. При устном опросе выставляется оценка:

- 5 (отлично) - за полный ответ на поставленный вопрос с включением в содержание ответа рассказа (лекции) преподавателя, материалов учебников, дополнительной литературы без наводящих вопросов;
- 4 (хорошо) - за полный ответ на поставленный вопрос в объеме рассказа (лекции) преподавателя с включением в содержание ответа материалов учебников с четкими положительными ответами на наводящие вопросы преподавателя;

- 3 (удовлетворительно) - за ответ, в котором озвучено более половины требуемого материала, с положительным ответом на большую часть наводящих вопросов;
 - 2 (неудовлетворительно) - за ответ, в котором озвучено менее половины требуемого материала или не озвучено главное в содержании вопроса с отрицательными ответами на наводящие вопросы или студент отказался от ответа без предварительного объяснения уважительных причин.
- 1.5. Программированный контроль знаний (тест) проводится по заранее разработанным и утвержденным цикловой методической комиссией заданиям и критериям оценки.
- 1.6. Письменная работа может проводиться для проверки знаний по отдельным разделам или темам. Продолжительность письменной работы не должна превышать половины академического часа. Письменная работа оценивается по 5-балльной системе.
- 1.7. Контрольная работа проводится за счет времени, предусмотренного учебным планом на соответствующую дисциплину.
- 1.8. Количество семестровых контрольных работ, установленное учебными планами и учебными программами, может быть дополнено работами, не имеющими статуса обязательных.

Критерии оценивания дискуссии

Оценка «Отлично» выставляется студенту, если он дал научно обоснованный ответ на поставленный вопрос в процессе дискуссии.

Оценка «Хорошо» выставляется студенту, если он дал убедительный ответ на поставленный вопрос в процессе дискуссии.

Оценка «Удовлетворительно» выставляется студенту, если он дал недостаточно обоснованный ответ на поставленный вопрос в процессе дискуссии.

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не дал никакого ответа на дискуссионный вопрос.

Критерии оценивания эссе, рефератов

Оценка «Отлично» выставляется студенту, если подготовлен научно обоснованный доклад на выбранную тему с анализом информации, выводами и предложениями.

Оценка «Хорошо» выставляется студенту, если подготовлен доклад на выбранную тему в виде аналитической записки без выводов и предложений.

Оценка «Удовлетворительно» выставляется студенту, если подготовлена информация на выбранную тему без обоснования выводов и предложений.

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется студенту, если подготовлена информация, не соответствующая выбранной теме без выводов и предложений.

Критерии оценивания устного опроса

Каждому студенту выдается свой собственный, узко сформулированный вопрос. Ответ должен быть четким и кратким, содержащим все основные характеристики описываемого понятия, института, категории.

Шкала оценивания:

«Отлично» - вопрос раскрыт полностью, точно обозначены основные понятия и характеристики по теме.

«Хорошо» - вопрос раскрыт, однако нет полного описания всех необходимых элементов.

«Удовлетворительно» - вопрос раскрыт не полно, присутствуют грубые ошибки, однако есть некоторое понимание раскрываемых понятий.

«Неудовлетворительно» - ответ на вопрос отсутствует или в целом не верен.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1 Зачет проводится с применением следующих методов (средств): в форме контрольной работы по билетам или в виде теста. На зачет выносится материал в объеме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины.

При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ могут быть использованы следующие формы:

1. Устно в ДОТ - в форме устного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса).
2. Письменно в СДО с прокторингом - в форме письменного ответа на теоретические вопросы и решения задачи (кейса).
3. Тестирование в СДО с прокторингом.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания	
Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС – 2	Способен разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	УК ОС – 2.1	Формирует основополагающие знания о структуре фирмы, её функциях, принципах планирования, контроля, учета и построения отчетности,

			а также об основных этапах собеседований
		УК ОС – 2.2	Разрабатывает проект на основе оценки ресурсов и ограничений с применением профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
ПКс ОС II – 3	Способен осуществлять подбор финансовых услуг в интересах потребителя и осуществлять консультирование по ограниченному кругу финансовых продуктов	ПКс ОС II – 3.1	Определяет проектные виды деятельности и применяет для их организации информационные системы, а также осуществляет маркетинговое позиционирование в сфере цифровых финансов и банков
		ПКс ОС II – 3.3	Осуществляет подбор финансовых услуг в интересах потребителя и осуществляет консультирование по ограниченному кругу финансовых продуктов

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
<p>УК ОС – 2.1 Способен формировать основополагающие знания о структуре фирмы, её функциях, принципах планирования, контроля, учета и построения отчетности, а также об основных этапах собеседований</p> <p>УК ОС – 2.2 Способен разрабатывать проект на основе оценки ресурсов и ограничений с применением профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</p>	<p>Способен провести маркетинговые исследования в целях реализации и управления продажами в рамках конкретного экономического проекта, в том числе, в сфере цифровых финансов и банков.</p>	<p>Использует базовые технологии электронной коммерции при осуществлении профессиональной деятельности в сфере цифровых финансов и банков.</p> <p>Демонстрирует знания о сущности и функциях маркетинга, теоретические основы маркетинга как рыночной концепции управления.</p> <p>Используя маркетинговые исследования определяет рациональную структуру капитала компании и оптимальный объем запасов.</p> <p>Проводит маркетинговые исследования в малой группе для реализации и управления продажами конкретного экономического проекта.</p>

<p>ПКс ОС II – 3.1 Способен Определяет проектные виды деятельности и применяет для их организации информационные системы, а также осуществляет маркетинговое позиционирование в сфере цифровых финансов и банков</p> <p>ПКс ОС II – 3.3 Способен осуществлять подбор финансовых услуг в интересах потребителя и осуществляет консультирование по ограниченному кругу финансовых продуктов</p>		
---	--	--

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Список вопросов для подготовки к зачету

1. Классификация методов и форм продажи.
2. Современные принципы и модели управления продажами.
3. Активные и пассивные приемы продажи. Условия их эффективного применения
4. Актуальные способы оценки эффективности рекламных аргументов.
5. Визуальные типы покупателей и их экспресс-оценка.
6. Влияние внешнего вида продавца на эффективность продаж.
7. Влияние динамики цен на объемы реализации товаров и услуг.
8. Влияние цвета и запаха на эффективность продажи.
9. Использование IT-технологий продажи. Их положительные и отрицательные стороны.
10. Качество торгового обслуживания и методы его оценки.
11. Классификация возможных целей воздействия на потенциальных покупателей.
12. Классификация основных стадий процесса продажи.
13. Кросс-культурные особенности восприятия рекламных аргументов.
14. Культура торгового обслуживания и методы ее оценки.

15. Методы тестирования структуры личности продавца.
16. Мотивы покупок и условия их проявления.
17. Нематериальное стимулирование трудовой деятельности продавцов
18. Освещение мест продажи и покупательная активность.
19. Основные варианты расчета оптимальных цен и условия их применения.
20. Основные способы устного предложения и условия их применения.
21. Особенности применения метода продажи на дому у покупателей.
22. Особенности применения метода продажи по образцам.
23. Особенности применения метода продажи по предварительным заказам.
24. Особенности применения метода продажи с открытой выкладкой.
25. Особенности применения метода продажи с самообслуживанием.
26. Особенности применения метода продажи через автоматы.
27. Особенности стимулирования труда продавцов разных менталитетных типов.
28. Понятие об «атмосфере торгового зала».
29. Превентивные способы оценки эффективности рекламных аргументов.

Шкала оценивания.

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся».

В течение семестра во время аудиторных и самостоятельных занятий по освоению дисциплины обучающийся может набрать 70% от общего числа баллов, необходимых для получения соответствующей оценки, при этом баллы распределяются следующим образом:

1. Устные ответы и письменные работы: за устные ответы до 10 баллов, тестирование – до 20 баллов, доклады – до 10 баллов, ситуативные задачи – до 10 баллов, практические задания – до 20 баллов.
2. Во время промежуточной аттестации обучающийся может набрать максимально 30% от общего числа баллов.

В случае если студент в течение семестра не набирает минимальное число баллов, необходимое для сдачи промежуточной аттестации, то он может заработать дополнительные баллы, отработав соответствующие разделы дисциплины, получив от преподавателя компенсирующие задания.

В случае получения на промежуточной аттестации неудовлетворительной оценки студенту предоставляется право повторной аттестации в срок, установленный для ликвидации академической задолженности по итогам соответствующей сессии.

Обучающийся, набравший в ходе текущего контроля в семестре от 51 до 70 баллов, по его желанию может быть освобожден от промежуточной аттестации.

Шкала перевода оценки из многобалльной в систему «зачтено»/«не зачтено»:

от 0 по 50 баллов	«не зачтено»
от 51 по 100 баллов	«зачтено»

6. Методические материалы для освоения дисциплины

Рабочей программой дисциплины предусмотрены следующие виды аудиторных/ДОТ занятий: лекции, практические занятия, контрольные работы. На лекциях рассматриваются наиболее сложный материал дисциплины. Лекция сопровождается презентациями, компьютерными текстами лекции, что позволяет студенту самостоятельно работать над повторением и закреплением лекционного материала. Для этого студенту должно быть предоставлено право самостоятельно работать в компьютерных классах в сети Интернет.

Практические занятия предназначены для самостоятельной работы студентов по решению конкретных задач и выполнению заданий. Ряд практических занятий проводится в компьютерных классах с использованием Excel. Каждое практическое занятие сопровождается домашними заданиями, выдаваемыми студентам для решения внеаудиторное время. Для оказания помощи в решении задач имеются тексты практических заданий с условиями задач и вариантами их решения.

С целью контроля сформированности компетенций разработан фонд контрольных заданий (фонд оценочных средств). Его использование позволяет реализовать балльно-рейтинговую оценку, определенную приказом от 28 августа 2014 г. №168 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний студентов».

С целью активизации самостоятельной работы студентов в системе дистанционного обучения Moodle разработан учебный курс «Региональная экономика и политика», включающий набор файлов с текстами лекций, практикума, примерами заданий, а также набором тестов для организации электронного обучения студентов.

Для активизации работы студентов во время контактной работы с преподавателем отдельные занятия проводятся в интерактивной форме. В основном интерактивная форма занятий обеспечивается при проведении занятий в компьютерном классе. Интерактивная форма обеспечивается наличием разработанных файлов с заданиями, наличием контрольных вопросов, возможностью доступа к системе дистанционного обучения, а также к тестеру.

Для работы с печатными и электронными ресурсами СЗИУ имеется возможность доступа к электронным ресурсам. Организация работы студентов с электронной библиотекой указана на сайте института (странице сайта – «Научная библиотека»)

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

7.1. Основная литература.

1. Управление продажами : учебник / под общ. ред. С.В. Земляк. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. — 300 с. - ISBN 978-5-16-105499-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1019525>

7.2. Дополнительная литература.

1. Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Еремеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 242 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-

534-09362-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437844>

2. Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 436 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03565-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/434598>

7.3 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 256 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437225>

7.4. Нормативные правовые документы.

1. Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 г.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации, части 1, 2, 3 и 4.
3. Трудовой кодекс Российской Федерации.

7.5. Интернет-ресурсы.

1. <http://www.budgetrf.ru> - Мониторинг экономических показателей;
2. <http://www.businesspress.ru> - Деловая пресса;
3. <http://www.nta-rus.ru> - Национальная торговая ассоциация;
4. <http://www.tpprf.ru/> - Торгово-промышленная Палата РФ;
5. <http://www.torgrus.ru> - Новости и технологии торгового бизнеса;
6. <http://www.torg.spb.ru> - Торговля и ресторанный бизнес;
7. <http://www.nta-rus.com> - Оборудование. Технология и оборудования для магазинов и ресторанов;
8. <http://www.f-art.nnov.ru> - Деловой журнал «ТиТО - Торговые технологии»;
9. <http://www.ros-torg.net/> - Новости Российской торговли, обзор рынка российской торговли, аналитическая информация по российской торговле, торговля, бизнес;
10. <http://www.salesmanagement.ru/> - журнал «Управление продажами»;
11. <http://www.sellings.ru> - сайт журнала «Управление сбытом»;
12. <http://www.trade-design.ru> - Торговый дизайн;

7.6. Иные источники.

1. Дорман, В. Н. Коммерческая деятельность : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Н. Дорман. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. — 134 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-08385-9 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-7996-1879-7 (Изд-во Урал. ун-та). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438107>

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. www.biblio-online.ru - Электронно-библиотечная система [ЭБС] Юрайт;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Iprbooks»
3. <https://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Лань».
4. <http://elibrary.ru/> - Научная электронная библиотека Elibrary.ru.
5. <https://new.znaniium.com> Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Znaniium.com».

6. <https://dlib.eastview.com> – Информационный сервис «East View».
7. <https://www.jstor.org> - Jstor. Полные тексты научных журналов и книг зарубежных издательств.
8. <https://elibrary.worldbank.org> - Электронная библиотека Всемирного Банка.
9. <https://link.springer.com> - Полнотекстовые политематические базы академических журналов и книг издательства Springer.
10. <https://ebookcentral.proquest.com> - Ebook Central. Полные тексты книг зарубежных научных издательств.
11. <https://www.oxfordhandbooks.com> - Доступ к полным текстам справочников Handbooks издательства Oxford по предметным областям: экономика и финансы, право, бизнес и управление.
12. <https://journals.sagepub.com> - Полнотекстовая база научных журналов академического издательства Sage.
13. Справочно-правовая система «Консультант».
14. Электронный периодический справочник «Гарант».

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний.

Аудитории оснащены компьютером с выходом в интернет.