

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 19.08.2024 08:39:56

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт

Кафедра Менеджмента

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 30 мая 2024 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины

Б1.В.01 Управление продажами

Основная профессиональная образовательная программа

38.04.02 Менеджмент программа
Стратегический и операционный менеджмент

Квалификация (степень) выпускника магистр

Самара 2024

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Управление продажами входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули)

Последующие дисциплины по связям компетенций: Стратегический менеджмент (продвинутый курс), Управление изменениями, Проектирование бизнес-моделей, Управление внешнеэкономической деятельностью

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Управление продажами в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен разрабатывать стратегию развития организации и реализовывать ее на различных уровнях управления

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-2	ПК-2.1: Знать: методы анализа взаимодействия организации и внешнего окружения (среды); принципы, методы, технологии, инструменты анализа производственной, финансовой, маркетинговой и инновационной деятельности организации; специфику отрасли и производственной деятельности организации, включая технологию производства и выпускаемой предприятием продукции; основные этапы процедуры принятия стратегии; методы экономического анализа показателей производственно-хозяйственной деятельности организации и его	ПК-2.2: Уметь: оценивать продукты (услуги) предприятия, различные планы, риски, эффективность отдельных управленческих процедур, результаты деятельности (в т.ч. стратегической); планировать деятельность (свою и подчиненных); проводить анализ и синтез поступающей информации о ситуациях и изменениях в обществе; прогнозировать развитие событий; проводить анализ результатов деятельности (своей и подчиненных); организовать и анализ деятельности организации в изменяющихся условиях внешней среды, хода выполнения различных производственных мероприятий по реализации стратегии	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки): навык оценки продуктов и услуг предприятия; анализа и оценки различных планов; оценки рисков и эффективности управленческих процедур; оценки результатов деятельности, включая стратегическую; планирования своей и подчиненных деятельности; анализа и синтез информации о ситуациях и изменениях в обществе; навык прогнозирования развития событий; анализа результатов деятельности и хода выполнения стратегии развития; умения публично выступать, управляя вниманием слушателей; управления временем и тайм-менеджмент; лидерство, способности к инновациям и автономии в управлении; управления людьми и оценка успешности деятельности, как собственной, так и других

	подразделений; принципы, методы, технологии, инструменты контроля исполнения планов функциональных менеджеров по использованию ресурсов; методы и технологии воздействия и убеждения, мотивирования членов команды, обеспечивающие реализацию политик, планов, приказов, инструкций; стратегические и оперативные планы; принципы, методы, технологии, инструменты мотивации и поощрения подчиненных для достижения поставленных целей.	развития; публично выступать, управляя вниманием слушателей, убеждая их; осуществлять само менеджмент и управления рабочим временем (тайм- менеджмент); демонстрировать лидерство, способности к инновациям, автономии в управлении и высокую степень понимания полученной информации; управлять (руководить) людьми и осуществлять оценку успешности собственной деятельности и деятельности других.	
--	--	---	--

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 2
Контактная работа, в том числе:	12.15/0.34
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	8/0.22
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	77.85/2.16
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации: Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Управление продажами представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с

							результатами обучения по образовательной программе	
1.	Стратегическое управление продажами	2	4			37,35	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	
2.	Операционное управление продажами	2	4			40,5	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	
	Контроль	18						
	Итого	4	8	0.15		77.85		

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Стратегическое управление продажами	лекция	Разработка маркетинговых и продажных стратегий, включая ценообразование, продвижение и позиционирование продукции/услуг
2.	Операционное управление продажами	лекция	Мониторинг и анализ результатов продаж, выявление успешных и неэффективных стратегий и действий.

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Стратегическое управление продажами	практическое занятие	Определение целей и стратегии продаж для достижения поставленных бизнес-целей
		практическое занятие	Анализ рынка и конкурентов, выявление потенциальных клиентов и определение сегментов рынка.
2.	Операционное управление продажами	практическое занятие	Планирование и организация продаж, установление квот и планов продаж, контроль выполнения планов.
		практическое занятие	Постоянное совершенствование процессов продаж и внедрение инновационных подходов для увеличения эффективности продаж.

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Стратегическое управление продажами	- тестирование
2.	Операционное управление продажами	- тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Бузукова, Е. А. Категорийный менеджмент. Теоретические основы : учебник для вузов / Е. А. Бузукова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14458-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544373>

Дополнительная литература

1. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 405 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3959-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/508122>

Литература для самостоятельного изучения

1.

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Astra Linux Special Edition «Смоленск», «Орел»; РедОС
2. МойОфис Стандартный 2, МойОфис Образование, Р7-Офис Профессиональный

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации» (<http://pravo.gov.ru/>)
3. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
4. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска
---	--

	Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Управление продажами:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	-
	Устный/письменный опрос	-
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГАОУ ВО СГЭУ, протокол № 16 от 20.05.2021; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет», утвержденным Ученым советом ФГАОУ ВО СГЭУ, протокол № 16 от 20.05.2021 г.

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен разрабатывать стратегию развития организации и реализовывать ее на различных уровнях управления

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
Пороговый	методы анализа взаимодействия организации и внешнего окружения (среды); принципы, методы, технологии, инструменты анализа производственной, финансовой, маркетинговой и инновационной деятельности организации; специфику отрасли и производственной деятельности организации, включая технологию производства и выпускаемой предприятием продукции	оценивать продукты (услуги) предприятия, различные планы, риски, эффективность отдельных управленческих процедур, результаты деятельности (в т.ч. стратегической); планировать деятельность (свою и подчиненных); проводить анализ и синтез поступающей информации о ситуациях и изменениях в обществе; прогнозировать развитие событий	навык оценки продуктов и услуг предприятия; анализа и оценки различных планов; оценки рисков и эффективности управленческих процедур; оценки результатов деятельности, включая стратегическую
Стандартный (в дополнение к пороговому)	основные этапы процедуры принятия стратегии; методы экономического анализа показателей производственно-хозяйственной деятельности организации и его подразделений; принципы, методы, технологии, инструменты контроля исполнения планов функциональных менеджеров по использованию ресурсов; методы и технологии воздействия и убеждения, мотивирования членов команды, обеспечивающие	проводить анализ результатов деятельности (своей и подчиненных); организовать и анализ деятельности организации в изменяющихся условиях внешней среды, хода выполнения различных производственных мероприятий по реализации стратегии развития; публично выступать, управляя вниманием слушателей, убеждая их; осуществлять само менеджмент и управления рабочим временем (тайм-менеджмент)	планирования своей и подчиненных деятельности; анализа и синтез информации о ситуациях и изменениях в обществе; навык прогнозирования развития событий; анализа результатов деятельности и хода выполнения стратегии развития, умения публично выступать, управляя вниманием слушателей; управления временем и тайм- менеджмент

	реализацию политик, планов, приказов, инструкций		
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	стратегические и оперативные планы; принципы, методы, технологии, инструменты мотивации и поощрения подчиненных для достижения поставленных целей.	демонстрировать лидерство, способности к инновациям, автономии в управлении и высокую степень понимания полученной информации; управлять (руководить) людьми и осуществлять оценку успешности собственной деятельности и деятельности других.	лидерство, способности к инновациям и автономии в управлении; управления людьми и оценка успешности деятельности, как собственной, так и других

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Стратегическое управление продажами	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Тестирование	Зачет
2.	Операционное управление продажами	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Тестирование	Зачет

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=2106>

Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)

Раздел дисциплины	Задачи

Тематика контрольных работ

Раздел дисциплины	Темы

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Стратегическое управление продажами	<ol style="list-style-type: none">1. Какие основные этапы процесса управления продажами можно выделить?2. Какие факторы влияют на успешность стратегии продаж?3. Какие инструменты маркетинга можно использовать для увеличения объемов продаж?4. Какова роль анализа рынка и конкурентов в стратегии управления продажами?
Операционное управление продажами	<ol style="list-style-type: none">5. Какие методы используются для оценки эффективности продаж и мониторинга результатов?6. Какие показатели можно использовать для оценки успехов в управлении продажами?7. Какова роль CRM-систем в управлении продажами и взаимоотношениями с клиентами?8. Какие навыки и качества важны для успешного менеджера по продажам?9. Какие стратегии мотивации персонала применяются для увеличения продаж?10. Какие методы анализа данных можно использовать для выявления потенциальных клиентов и сегментации рынка?11. Какова роль ценообразования в стратегии управления продажами?12. Какие методы продаж (например, прямые продажи, телемаркетинг, интернет-продажи) могут быть эффективны в различных отраслях?13. Какие меры можно предпринять для улучшения удовлетворенности клиентов и удержания их?14. Какие тренды в области управления продажами сейчас актуальны?15. Какие риски могут возникнуть при управлении продажами и как их можно минимизировать?16. Какие основные принципы успешного ведения переговоров с клиентами важны для менеджера по продажам?17. Какие методы обучения и развития персонала можно использовать для повышения навыков в области продаж?18. Как важно учитывать индивидуальные потребности и предпочтения клиентов при разработке стратегии продаж?19. Какова роль сетевого маркетинга и партнерских отношений в управлении продажами?

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	ПК-2
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне