

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»

СОГЛАСОВАНО

Директор ИЭиУ
И.Н. Сычева

Рабочая программа дисциплины

Код и наименование дисциплины: Б1.В.25 «Управление продажами»

Код и наименование направления подготовки (специальности): 38.03.02
Менеджмент

Направленность (профиль, специализация): Управление малым бизнесом

Статус дисциплины: часть, формируемая участниками образовательных
отношений

Форма обучения: очная

Статус	Должность	И.О. Фамилия
Разработал	доцент	Ю.Н. Филимонова
Согласовал	Зав. кафедрой «М»	И.Н. Сычева
	руководитель направленности (профиля) программы	И.Н. Сычева

г. Барнаул

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Содержание компетенции	Индикатор	Содержание индикатора
ПК-10	Способен разрабатывать бизнес-план создания и развития организаций, предприятий, направлений деятельности, продуктов и оценивать инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков	ПК-10.3	Способен формировать бизнес-план создания и (или) развития бизнеса
		ПК-10.4	Применяет методы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и координации предпринимательской деятельности

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплины (практики), предшествующие изучению дисциплины, результаты освоения которых необходимы для освоения данной дисциплины.	Теория менеджмента
Дисциплины (практики), для которых результаты освоения данной дисциплины будут необходимы, как входные знания, умения и владения для их изучения.	

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося

Общий объем дисциплины в з.е. /час: 3 / 108

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Форма обучения	Виды занятий, их трудоемкость (час.)				Объем контактной работы обучающегося с преподавателем (час)
	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа	
очная	16	0	16	76	43

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Форма обучения: очная

Семестр: 7

Лекционные занятия (32ч.)

1. Организация работы отдела продаж(2ч.)[1,3,4,7,11] Целеполагание создания отдела исходя из миссии компании. Среднесрочные и краткосрочные цели. Применяя методы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и координации предпринимательской деятельности изучаем структурирование работы отдела продаж. Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков изучаем структура регламентов: положение об отделе продаж, должностные инструкции. От регламентации бизнес-процессов отдела продаж к их автоматизации. Разрабатывая бизнес-план создания и развития предприятий изучаем определение (изменение) формата отделов зависимости от целей

1. Организация работы отдела продаж(2ч.)[1,3,4,7,11] Целеполагание создания отдела исходя из миссии компании. Среднесрочные и краткосрочные цели. Применяя методы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и координации предпринимательской деятельности изучаем структурирование работы отдела продаж. Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков изучаем структура регламентов: положение об отделе продаж, должностные инструкции. От регламентации бизнес-процессов отдела продаж к их автоматизации. Разрабатывая бизнес-план создания и развития предприятий изучаем определение (изменение) формата отделов зависимости от целей

2. Структура продажи(2ч.)[1,4,8,11,13] Сущность и задачи управления продажами. Этапы процесса продаж. Типы продаж. Менеджмент службы сбыта. Анализируя способность формирования бизнес-плана и развития бизнеса изучаем факторы, определяющие успешность работы отдела продаж. Тенденции в управлении продажами. Модели управления продажами.

2. Структура продажи(2ч.)[1,4,8,11,13] Сущность и задачи управления продажами. Этапы процесса продаж. Типы продаж. Менеджмент службы сбыта. Анализируя способность формирования бизнес-плана и развития бизнеса изучаем факторы, определяющие успешность работы отдела продаж. Тенденции в управлении продажами. Модели управления продажами.

3. Установление и поддержание контакта(3ч.)[1,6,10,14] Разрабатывая бизнес-план создания и развития предприятий изучаем управление активностью менеджеров. Целевое управление процессами работы с клиентами. Используя способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений выделите этапы в процессе работы с клиентами. Разработка регламентов работы. Анализируя способность формирования бизнес-плана и развития бизнеса изучаем внедрение технологии целевого управления продажами.

3. Установление и поддержание контакта(3ч.)[1,6,10,14] Разрабатывая бизнес-план создания и развития предприятий изучаем управление активностью менеджеров. Целевое управление процессами работы с клиентами. Используя способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с

позиций социальной значимости принимаемых решений выделите этапы в процессе работы с клиентами. Разработка регламентов работы. Анализируя способность формирования бизнес-плана и развития бизнеса изучаем внедрение технологии целевого управления продажами.

4. Основные психологические типы поведения клиентов(2ч.)[1,4] Анализируя способность формирования бизнес-плана и развития бизнеса изучаем роль отдела продаж в компании. Подразделения, взаимодействующие с отделом продаж. Направления информационной работы с клиентами. Анализ продаж. Применяя методы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и координации предпринимательской деятельности изучаем построение отношений с другими подразделениями. Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков изучаем конфликты, причины и методы их предотвращения.

4. Основные психологические типы поведения клиентов(2ч.)[1,4] Анализируя способность формирования бизнес-плана и развития бизнеса изучаем роль отдела продаж в компании. Подразделения, взаимодействующие с отделом продаж. Направления информационной работы с клиентами. Анализ продаж. Применяя методы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и координации предпринимательской деятельности изучаем построение отношений с другими подразделениями. Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков изучаем конфликты, причины и методы их предотвращения.

5. Эффективность презентации товара(2ч.)[2,4,7] Используя способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели выявите сущность, цели и задачи прогнозирования продаж. План продаж (руководитель отдела продаж, менеджер по продажам). Допустимый уровень точности. Выбор метода прогнозирования (прогнозирование на основе экспертных данных, прогнозирование на основе данных результатах процессов, прогнозирование на основе данных о показателях процессов).

5. Эффективность презентации товара(2ч.)[2,4,7] Используя способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели выявите сущность, цели и задачи прогнозирования продаж. План продаж (руководитель отдела продаж, менеджер по продажам). Допустимый уровень точности. Выбор метода прогнозирования (прогнозирование на основе экспертных данных, прогнозирование на основе данных результатах процессов, прогнозирование на основе данных о показателях процессов).

6. Подготовка к переговорам(2ч.)[3,4] Применяя методы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и координации предпринимательской деятельности изучаем место стратегии продаж в деятельности компании. Составляющие стратегии управления продажами. Факторы, определяющие выбор стратегии. Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли

финансовых институтов и рынков изучаем риски и их нейтрализация. Реализация стратегии продаж (Удержание клиентов как элемент стратегии).

6. Подготовка к переговорам(2ч.)[3,4] Применяя методы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и координации предпринимательской деятельности изучаем место стратегии продаж в деятельности компании. Составляющие стратегии управления продажами. Факторы, определяющие выбор стратегии. Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков изучаем риски и их нейтрализация. Реализация стратегии продаж (Удержание клиентов как элемент стратегии).

7. Условия продажи услуги и оптовой торговли(3ч.)[3,5,14] Анализируя способность формирования бизнес-плана и развития бизнеса изучаем MART-принцип в оптовых продажах. Типы оптовых продаж, сложные продажи. Регламент и этапы оптовых продаж. Выбор контактных лиц. Сегментация информации при общении с разными представителями клиента. Применяя методы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и координации предпринимательской деятельности изучаем инструменты для вторичных продаж.

Методы симулирования сбыта. Мотивация каналов сбыта. Планирование и управление дебиторской задолженностью. Командировки – основные правила работы. Анализ оптовых продаж. Правила подготовки и проведения презентаций. Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков изучаем правила подготовки письменных оферт.

7. Условия продажи услуги и оптовой торговли(3ч.)[3,5,14] Анализируя способность формирования бизнес-плана и развития бизнеса изучаем MART-принцип в оптовых продажах. Типы оптовых продаж, сложные продажи. Регламент и этапы оптовых продаж. Выбор контактных лиц. Сегментация информации при общении с разными представителями клиента. Применяя методы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и координации предпринимательской деятельности изучаем инструменты для вторичных продаж.

Методы симулирования сбыта. Мотивация каналов сбыта. Планирование и управление дебиторской задолженностью. Командировки – основные правила работы. Анализ оптовых продаж. Правила подготовки и проведения презентаций. Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков изучаем правила подготовки письменных оферт.

Практические занятия (32ч.)

1. Сущность и модели управления продажами. Организация работы отдела продаж {дискуссия} (2ч.)[4,6] Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков изучаем:

- понятие управление продажами;
- этапы процесса продаж;

- поведение покупателей и организаций;
- факторы, определяющие успешность работы отдела продаж;

1. Сущность и модели управления продажами. Организация работы отдела продаж {дискуссия} (2ч.)[4,6] Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков изучаем:

- понятие управление продажами;
- этапы процесса продаж;
- поведение покупателей и организаций;
- факторы, определяющие успешность работы отдела продаж;

2. Оперативное управление продажами. Взаимодействие отдела продаж с другими подразделениями. {беседа} (2ч.)[1,3] Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков изучаем:

АВС-анализ клиентской базы

Кого стоит привлекать в качестве экспертов?

Когда стоит применять данные методы (экспертные оценки, эконометрическое моделирование)

2. Оперативное управление продажами. Взаимодействие отдела продаж с другими подразделениями. {беседа} (2ч.)[1,3] Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков изучаем:

АВС-анализ клиентской базы

Кого стоит привлекать в качестве экспертов?

Когда стоит применять данные методы (экспертные оценки, эконометрическое моделирование)

3. Прогнозирование продаж. Стратегия продаж {метод кейсов} (3ч.)[1,6] Роль прогнозирования в продажах

Выгоды от внедрения системы прогнозирования

Используя способность находить организационно-управленческие решения изучаем опасности от ведения системы прогнозирования. Кто останется недоволен

Активные и пассивные продажи

3. Прогнозирование продаж. Стратегия продаж {метод кейсов} (3ч.)[1,6] Роль прогнозирования в продажах

Выгоды от внедрения системы прогнозирования

Используя способность находить организационно-управленческие решения изучаем опасности от ведения системы прогнозирования. Кто останется недоволен

Активные и пассивные продажи

4. Экономика продаж. Организация региональных продаж {анализ казусов} (2ч.)[1,4,5,11,12] Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков ответьте на вопрос, транзакционный анализ как фактор повышения эффективности бизнеса

Создание эффективной системы продаж

территориальный анализ продаж

Факторы успеха региональных продаж

Организация и управление региональными продажами

4. Экономика продаж. Организация региональных продаж {анализ казусов} (2ч.)[1,4,5,11,12] Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков ответьте на вопрос, транзакционный анализ как фактор повышения эффективности бизнеса

Создание эффективной системы продаж

территориальный анализ продаж

Факторы успеха региональных продаж

Организация и управление региональными продажами

5. Управление оптовыми продажами. Продажи через партнеров(3ч.)[1,4,5,10]

Разрабатывая бизнес-план создания и развития предприятий изучаем:

Специфика работы оптовой компании

Документирование логистических процессов оптовой компании

Анализ оптовых продаж

Правила подготовки и проведения презентаций

Формирование базы потенциальных партнеров

5. Управление оптовыми продажами. Продажи через партнеров(3ч.)[1,4,5,10]

Разрабатывая бизнес-план создания и развития предприятий изучаем:

Специфика работы оптовой компании

Документирование логистических процессов оптовой компании

Анализ оптовых продаж

Правила подготовки и проведения презентаций

Формирование базы потенциальных партнеров

6. Продажи крупным клиентам. Продажи государственным органам {метод кейсов} (2ч.)[4] Разрабатывая бизнес-план создания и развития предприятий изучаем деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации определите типы оптовых продаж, сложные продажи

Регламенты и этапы оптовых продаж. Выбор контактных лиц

Отличие крупного клиента от остальных клиентов

Отличие крупного клиента от остальных клиентов

6. Продажи крупным клиентам. Продажи государственным органам {метод кейсов} (2ч.)[4] Разрабатывая бизнес-план создания и развития предприятий изучаем деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации определите типы оптовых продаж, сложные продажи

Регламенты и этапы оптовых продаж. Выбор контактных лиц

Отличие крупного клиента от остальных клиентов

Отличие крупного клиента от остальных клиентов

7. Оперативное управление специальными продажами {дискуссия} (2ч.)[2,3,5,7] Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков изучаем новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели, ответьте на вопрос, что такое ВЭД и налогообложение

7. Оперативное управление специальными продажами {дискуссия} (2ч.)[2,3,5,7] Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков изучаем новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели, ответьте на вопрос, что такое ВЭД и

Самостоятельная работа (152ч.)

1. Подготовка к лекционным занятиям(16ч.)[1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14]
1. Подготовка к лекционным занятиям(16ч.)[1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14]
2. Подготовка к практическим занятиям(16ч.)[1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14]
2. Подготовка к практическим занятиям(16ч.)[1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14]
3. Самостоятельно изучение литературы(17ч.)[1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14]
3. Самостоятельно изучение литературы(17ч.)[1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14]
4. Подготовка к промежуточной аттестации(27ч.)[1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14] Зачет
4. Подготовка к промежуточной аттестации(27ч.)[1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14] Зачет

5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для каждого обучающегося обеспечен индивидуальный неограниченный доступ к электронной информационно-образовательной среде АлтГТУ:

1. Пермякова Е.С. Методические указания по выполнению расчетного задания по дисциплине "Управление бизнес-процессами малого предприятия" [Электронный ресурс]: Методические указания.– Электрон. дан.– Барнаул: АлтГТУ, 2016.– Режим доступа: http://elib.altstu.ru/eum/download/m/Permyakova_ubp_rz.pdf

2. Филимонова Ю.Н. Методические рекомендации по подготовке к практическому занятию по дисциплине «Управление продажами» для студентов ИЭиУ Алт. гос. техн. ун-т им. И. И. Ползунова – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2021 г. – 12 с. Режим доступа: Прямая ссылка: http://elib.altstu.ru/eum/download/m/Filimonova_UprProd_mu.pdf

6. Перечень учебной литературы

6.1. Основная литература

3. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 279 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01975-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767>

4. Дашков, Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью : учебник / Л.П. Дашков, О.В. Памбухчиянц. - 2-е изд., перераб. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»,

2018. - 400 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02531-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495757>

5. Магомедов, Ш.Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами : учебник / Ш.Ш. Магомедов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 176 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02529-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496208>

6.2. Дополнительная литература

6. Олейник, К. Всё об управлении продажами / К. Олейник, С. Иванова, Д. Болдогоев ; ред. Ю. Быстрова. - 3-е изд. - Москва : Альпина Бизнес Букс, 2016. - 331 с. : ил., табл. - ISBN 978-5-9614-4658-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279847>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

7. Сайт Институт проблем предпринимательства <http://www.iprnou.ru/article/management/pop/>

8. Сайт Экономический портал <http://institutiones.com>

9. Сайт консалтинговой компании I SEE <http://www.i-see.ru>

10. ИСС «ГАРАНТ» [электронный ресурс]. - Режим доступа: www.garant.ru

11. ИСС «Консультант плюс» [электронный ресурс]. - Режим доступа: www.consultant.ru

12. МУЛЬТИСТАТ - многофункциональный статистический портал - Режим доступа: http://www.multistat.ru/?menu_id=1

13. База статистических данных «Финансово-экономические показатели РФ» - Режим доступа: <https://www.minfin.ru/ru/statistics/>

14. Базы данных официальной статистики Федеральной службы государственной статистики - Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/

8. Фонд оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Содержание промежуточной аттестации раскрывается в комплекте контролирующих материалов, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС, которые хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном виде и в ЭИОС.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для успешного освоения дисциплины используются ресурсы электронной информационно-образовательной среды, образовательные интернет-порталы, глобальная компьютерная сеть Интернет. В процессе изучения дисциплины происходит интерактивное взаимодействие обучающегося с преподавателем через личный кабинет студента.

№пп	Используемое программное обеспечение
1	Chrome
1	LibreOffice
2	Windows
3	Linux
3	Антивирус Kaspersky
4	Microsoft Office
5	Opera
8	Гарант
9	2ГИС

№пп	Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы
1	Национальная электронная библиотека (НЭБ) – свободный доступ читателей к фондам российских библиотек. Содержит коллекции оцифрованных документов (как открытого доступа, так и ограниченных авторским правом), а также каталог изданий, хранящихся в библиотеках России. (http://нэб.рф/)

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
помещения для самостоятельной работы
учебные аудитории для проведения учебных занятий

Материально-техническое обеспечение и организация образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».