

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ФТД.02 Проектный практикум: управление продажами

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

38.04.02.06 Маркетинг

Форма обучения

очная

Год набора

2021

Красноярск 2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Управление продажами» является понимание будущим выпускником роли продаж в деятельности предприятия; овладение теоретическими и прикладными профессиональными знаниями и умениями, необходимыми для принятия и реализации эффективных управленческих решений в области продаж.

1.2 Задачи изучения дисциплины

В ходе изучения дисциплины решаются следующие задачи:

- получение комплексного представления о месте продаж в системе маркетинга, роли продаж в производственном процессе и сущности управления продажами;
- понимание основных составляющих системы управления продажами: планирования продаж, организации продаж, управления торговым персоналом, управления клиентами, контроля продаж;
- получение практических навыков построения системы управления продажами;
- приобретение навыков эффективных презентаций и ведения переговоров.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ПК-3: Способен владеть технологиями исследования целевых потребителей и анализа конкурентов в цифровых каналах сбыта	
ПК-3.1: Знать способы проектирования и подходы к организации исследования целевых потребителей и конкурентов, параметры качества результатов исследования	
ПК-3.2: Уметь обосновывать выбор технологий исследования целевых потребителей и конкурентов в цифровых каналах сбыта	
ПК-3.3: Владеть технологией разработки управленческих решений по внедрению и совершенствованию системы распределения (дистрибуции) и сбыта в организации	

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	0,61 (22)	
практические занятия	0,61 (22)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1,39 (50)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п		Модули, темы (разделы) дисциплины		Контактная работа, ак. час.							
				Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
						Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
				Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Сущность управления продажами											
						1					
						1					
						1					
						1					
										12	
2. Функции управления продажами											
						2					
						2					
						2					
										16	
3. Управление торговым персоналом											
						2					

2. Использование торгового персонала			1					
3. Развитие торгового персонала			1					
4.							10	
4. Техника и психология продаж								
1. Техника профессиональных продаж			4					
2. Психология продаж			4					
3.							12	
Всего			22				50	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Голова А. Г. Управление продажами: учебник для экон. вузов(М.: Дашков и К).
2. Баркан Д. И. Управление продажами: учебник(Санкт-Петербург: Высшая школа менеджмента).
3. Кузнецов И.Н. Управление продажами: учебно-практическое пособие (М.: "Дашков и К").
4. Качалов И. Планирование продаж с точностью 90% и выше: монография (Санкт-Петербург: Питер).
5. Джоббер Д., Ланкастер Д., Егоров В.Н. Продажи и управление продажами: Учеб. пособие для студентов вузов(Москва: ЮНИТИ-ДАНА).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

- 1.
2. Для изучения настоящей дисциплины обучающимся необходимо наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (Google Chrome (Free; бессрочно) и следующее ПО:
3. - Microsoft Windows 7,8,10, Подписка: Microsoft Imagine Premium, Идентификатор подписки: 97b0734f-2c58-413c-b23a-79ee0ef1b80c, ИД учетной записи: Siberian Federal University до 01 февраля 2019 г.;
4. - Microsoft Office Professional Plus 2007 Russia Лицензия №43158512 от 04.12.2007 2400 копий бессрочно.
5. - Google Chrome Free

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. – Информационно справочная система КонсультантПлюс (<http://www.consultant.ru>) договор № 21787900202 от 26.05.2016 ООО Информационный центр "Искра" Не ограниченное, бессрочно
2. Каждый обучающийся обеспечивается:
3. – учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям) образовательной программы (содержание каждой из таких учебных дисциплин (модулей) представлено в сети Интернет и локальной сети Университета);
4. – доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам и сформированной по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литератур (доступ обеспечен из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет);

5. – доступом к библиотечному фонду (см. сайт СФУ, раздел «Библиотека»);
6. – доступом к современным профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам (условие доступа – авторизация по IP-адресам СФУ), в том числе к научной электронной библиотеке Elibrary (elibrary.ru).

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Характеристика аудиторий, оборудования, технических средств обучения, используемых в курсе:

- лекционные аудитории с мультимедийным оборудованием, включая проекционную и аудиотехнику;
- аудитории для практических занятий, оснащенные мультимедийным проектором;
- компьютерные классы с выходом в Интернет.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, в зависимости от нозологий, осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.