



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»
INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

Принята на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 27 марта 2025 г. № 8)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова
27 марта 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

по направлению подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль)
«Управление продажами»

Приложение 4
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело,
направленность (профиль) «Управление продажами»

Рабочая программа дисциплины «Управление продажами» входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Управление продажами» и предназначена для обучающихся очно-заочной формы обучения.

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Управление продажами» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 963 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело».

Изучение дисциплины «Управление продажами» ориентировано на получение обучающимися знаний в области базовых понятий, экономического содержания и представлений теории и практики поведения потребителей, формирование общей системы теоретических и концептуальных представлений о рыночном поведении потребителей в процессе принятия решения о покупке товаров.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам бакалавриата по направлению 38.03.06. Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины:

Теоретическая и практическая подготовка обучающихся в области формирования у будущих специалистов соответствующих теоретических знаний и практических навыков, направленных на моделирование, максимально эффективное управление и контроль за продажами товаров и услуг.

Моделирование профессиональной деятельности и формирование компетенций, которые позволят принимать эффективные управленческие решения в области продаж.

Задачи дисциплины:

- усвоение теоретических понятий курса, методов и инструментов управления продажами;
- приобретение практических навыков в области закупочно-сбытовой деятельности;
- освоение современных технологий продаж в торговле;
- овладение эффективными методами управления торгово-технологическими процессами

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой:

Код и наименование компетенции (ий) выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	ИПК-1.1 Использует инструменты и методы управления коммерческой и торгово-технологической деятельностью, внедряет современные технологии продаж. ИПК-1.3 Определяет и решает профессиональные задачи в области коммерческой, маркетинговой, товароведной и(или) торгово-технологической деятельности. ИПК-1.4 Анализирует и оценивает ресурсный потенциал в целях управления торгово-экономическими системами.	Знать: основные принципы, методы и инструменты управления продажами. Уметь: анализировать показатели продаж при решении профессиональных задач. Владеть: инструментами управления продажами (переговоры, мотивация, управление ассортиментом и др.).
ПК-2 Способен осуществлять организацию и управление процессами и операциями на основе внедрения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	ИПК-2.3 Предлагает и использует современные способы управления системой закупок и продаж товаров	Знать: теоретические основы и принципы процесса продаж. Уметь: анализировать процессы закупочной и сбытовой деятельности. Владеть: навыками использования современных способов управления закупками и продажами для повышения эффективности бизнес-процессов.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.			Самостоя тельная работа, час.	Всего, час
		Занятия лекционного типа	Семинары	Практические занятия в форме практической подготовки		
1.	Ресурсы в системе управления продажами	2	2	-	17	21
2.	Сбытовая политика и современные методы продаж в торговле	4	-	2	20	26
3.	Технологии оптовых и розничных продаж	4	-	2	20	26
4.	Содержание основных этапов процесса продажи	4	1	-	18	23
5.	Управление товарным ассортиментом	2	1	-	18	21
Контроль: экзамен						27
ИТОГО:		14	4	4	93	144

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Ресурсы в системе управления продажами

Система управления продажами в торговле. Механизм взаимоотношений субъектов рынка в цепочке управления продажами.

Ресурсный потенциал в системе управления продажами. Торговое оборудование как элемент основных фондов торгового предприятия и расчет эффективности их использования. Сущность, состав и структура основных фондов предприятия. Методы оценки основных фондов. Износ основных фондов и его измерение.

Оборотные средства торговых организаций и оценка эффективности их использования. Сущность, состав и структура оборотных средств. Кругооборот оборотных средств. Определение потребности в оборотных средствах. Товарные запасы и их виды.

Трудовые ресурсы торговых организаций. Состав трудовых ресурсов. Показатели, характеризующие персонал предприятия. Мотивационный фактор и его роль в управления трудовыми ресурсами в организации.

Источники формирования финансовых ресурсов организаций торговли. Информационные ресурсы и рекламная деятельность в торговле.

Тема 2. Сбытовая политика и современные методы продаж в торговле

Реализация сбытовой стратегии как основной показатель эффективности деятельности коммерческого предприятия. Договор поставки. Взаимосвязь сбытовой деятельности и маркетинга. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупочной и сбытовой деятельности. Каналы сбыта: прямые и косвенные. Сущность сбытовой политики и системы товародвижения. Факторы формирования и функции каналов товародвижения.

Личная продажа как элемент коммуникационной и сбытовой политики. Влияние продавца на покупателя.

Содержание деятельности по стимулированию продаж. Виды и методы стимулирования продаж. Стимулирование торговых посредников и персонала.

Управление каналами сбыта. Координация системы продаж, маркетинговой стратегии и организационной структуры компании. Роль и значение рыночной среды в управлении продажами. Понятие и факторы рыночной среды. Особенности рыночной среды и их оценка. Исследование рыночной среды в системе управления продажами. Стратегии эксклюзивного, селективного и интенсивного сбыта. Этапы разработки сбытовой политики предприятия. Основные виды посредников при косвенном канале сбыта. Коммуникационные стратегии в канале сбыта. Анализ сбытовых издержек.

Тема 3. Технологии оптовых и розничных продаж.

Формирование технологии эффективных продаж. Основные этапы формирования технологии эффективных продаж.

Методы продаж: самообслуживание, продажа с открытой выкладкой, продажа с индивидуальным обслуживанием, продажа по образцам, продажа через сеть Интернет. Характеристика метода «воронка продаж», его роль в управлении продажами. Критерии SMART в управлении продажами. Схема презентации товара AIDA

Цикл управления продажами и сервисом. Элементы построения системы продаж.

Факторы, влияющие на эффективность продаж: спрос потребителей, их потребности, рекламная политика, скидки, качество продукции, стимулирование персонала, грамотное прогнозирование объемов продаж.

Организация коммерческой работы по оптовым закупкам и розничным продажам.

Товарная и ассортиментная политика в оптовой и розничной торговле. Методы стимулирования продаж. Цена как фактор управления поведением покупателей.

Интерьер мест продажи и принципы его формирования в зависимости от конкретных ситуаций.

Качество и культура торгового обслуживания. Влияние качества и культуры торгового обслуживания на активность покупательского поведения. Оценка показателей качества обслуживания клиентов.

Элементы трейд-маркетинга. Модель продаж push and pull.

Мерчандайзинг поставщика и розничных торговых предприятий.

Планировка мест продажи и пространственное размещение товаров и услуг; способы оптимизации.

Тема 4. Содержание основных этапов процесса продажи

Этапы продаж: знакомство/становление контакта; выявление потребностей клиента; презентация; работа с возражениями; завершение сделки. Особенности профессиональной деятельности сотрудников отдела продаж, выполняющих различные функциональные роли. Типы организации отдела продаж на предприятии. Критерии эффективности деятельности отдела продаж. Психологические аспекты продажи товаров и услуг.

Основные стадии поведения покупателей в процессе продажи товаров и услуг. Основные этапы этих стадий и их логическая взаимосвязь. Способы прямого и косвенного воздействия на клиентов на каждом этапе и ситуационные условия их применения.

Профессиональные качества продавца, вызывающие доверие со стороны покупателей. Ситуационные факторы подбора персонала по половозрастным характеристикам, типу внешности, психологической структуре личности и др.

Необходимость учета ситуационных условий при применении способов прямого и косвенного воздействия на клиентов. Методы превентивной диагностики

профессиональных качеств продавца. Особенности работы с отдельными типами покупателей в оптовой и розничной торговле.

Подбор, обучение и мотивация различных категорий сотрудников отделов продаж. Подбор, обучение и мотивация различных категорий торгового персонала.

Тема 5. Управление товарным ассортиментом

Выбор товара, источники поставок. Критерии выбора товара. Концепция нового товара. Стратегии продвижения на рынок. Стратегии обоснования выбора выгодного поставщика. Значение системы товародвижения. Экономическая эффективность системы товародвижения

Подходы к управлению продажами в зависимости от выбранного метода продаж. 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. Товарный ассортимент: свойства и показатели. Методы анализа ассортимента. Управление товарным ассортиментом.

Распределение торговой площади. Критерии и признаки выбора торговой площади.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература

1. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 394 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16955-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560260>
2. Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. — 3-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2020. — 279 с. : ил., табл., схем. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621640>
3. Кондрашов, В. М. Управление продажами : учебное пособие / В. М. Кондрашов ; под ред. В. Я. Горфинкель. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 319 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615863>

Дополнительная литература

1. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами : учебное пособие / Д. Джоббер, Д. Ланкастер ; пер. В. Н. Егоров. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 622 с. : табл., граф., схемы — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684598>

5.2. Описание материально-технической базы

Учебная аудитория № 410 для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол для преподавателя) – 21 шт.;
- стулья (включая стул для преподавателя) – 41 шт.;
- моноблок с установленным программным обеспечением – 1 шт.;
- компьютерная мышь – 1 шт.;
- клавиатура – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- интерактивная доска – 1 шт.;
- доска маркерная – 1 шт.;
- шкаф для хранения оборудования – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно

распространяемое)

Учебная аудитория № 105 (Специализированная аудитория для лиц с ОВЗ), для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 4 шт.;
- стулья (включая стул преподавателя) – 4 шт.;
- моноблоки с установленным программным обеспечением – 4 шт.;
- компьютерные мыши – 4 шт.;
- клавиатуры – 4 шт.;
- акустический усилитель – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- МФУ – 1 шт.;
- интерактивная электронная доска на мобильной платформе – 1 шт.;
- портативная индукционная система для слабослышащих (индукционная петля) – 1

шт.;

- портативный бытовой усилитель звука – 1 шт.;
- лупа пластмассовая – 1 шт.;
- прибор письма по Брайлю – 1 шт.;
- грифель для письма по Брайлю (мужской – 1 шт., женский – 1 шт.);
- тетрадь для письма по Брайлю – 3 шт.
- бумага для письма по Брайлю – 1 пачка;
- активный захват для инвалидов – 1 шт.;
- шкаф для хранения оборудования – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

Windows (зарубежное, возмездное), MS Office (зарубежное, возмездное), Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое), Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое), графический редактор GIMP (зарубежное, свободно распространяемое), Planner 5D (российское, свободно распространяемое), Sweet Home 3D (зарубежное, свободно распространяемое), Дизайн Интерьера 3D (российское, свободно распространяемое), КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое).

Для лиц с ОВЗ:

расширенный дверной проём (не менее 900 мм), оснащенный контрастной лентой для обеспечения безопасности передвижения маломобильных и слабовидящих лиц, перед входом и внутри аудитории предусмотрена зона для разворота кресла-коляски; перед входом установлено контрастное тактильное напольное покрытие, наименование аудитории («Аудитория для лиц с ОВЗ») и номер («105») продублировано шрифтом Брайля на дверных табличках контрастного цвета.

Помещение № 113 для самостоятельной работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (в том числе, адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ), оснащенное оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 6 шт.;
- стулья (включая стул преподавателя) – 6 шт.;
- ноутбуки с установленным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института – 6 шт.;

- компьютерные мыши – 6 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- МФУ – 1 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- доска маркерная – 1 шт.;
- шкаф для хранения оборудования – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое);
- графический редактор GIMP (зарубежное, свободно распространяемое);
- Planner 5D (российское, свободно распространяемое);
- Sweet Home 3D (зарубежное, свободно распространяемое);
- Дизайн Интерьера 3D (российское, свободно распространяемое).

Аудитория расположена на 1 этаже, имеет расширенный дверной проём (не менее 900 мм), оснащенный контрастной лентой для обеспечения безопасности передвижения маломобильных и слабовидящих лиц, перед входом и внутри аудитории предусмотрена зона для разворота кресла-коляски; перед входом установлено контрастное тактильное напольное покрытие, наименование аудитории («Адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ») и номер («113») продублировано шрифтом Брайля на дверных табличках контрастного цвета.

Практические занятия в форме практической подготовки проходят в организации: Общество с ограниченной ответственностью «ГИПЕРГЛОБУС».

Отдел закупок, оснащенный оборудованием и техническими средствами:

- офисные столы – 8 шт.;
- стол для переговоров – 1 шт.;

- стулья – 18 шт.;
- моноблоки с установленным программным обеспечением – 6 шт.;
- ноутбуки с установленным программным обеспечением – 6 шт.;
- клавиатуры – 6 шт.;
- компьютерные мыши – 12 шт.;
- доска магнитно-маркерная флипчарт – 1 шт.;
- МФУ – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 – научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. <https://student2.consultant.ru/> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент информационной справочной системы «КонсультантПлюс»