



**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  
МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ**

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 «Методы стимулирования продаж» 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 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».

Дисциплина «Методы стимулирования продаж» охватывает круг вопросов, связанных с особенностями продаж и особенностями торговой деятельности и нацелена на овладение студентами совокупностью знаний, умений, теоретическими и практическими навыками и методами в области стимулирования продаж для успешного продвижения предлагаемых товаров потребителям.

### **Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1 как дисциплина по выбору.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

### **Цель и задачи дисциплины**

**Цель изучения дисциплины** – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

### **Задачи изучения дисциплины:**

- сформировать знания, умения и практический опыт применения методов стимулирования продаж для повышения эффективности торговой деятельности;
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности с применением методов стимулирования потенциальных потребителей товаров и услуг с целью развития у них внутренней мотивации к совершению покупки;
- сформировать знания, умения и практический опыт формирования эффективных коммуникаций в процессе продажи товаров и услуг.

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

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

| Результаты освоения ООП (содержание компетенций)                                                                                                                                          | Код компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенций                                                                  | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине                  |                                                                            |                                                                                                   | Формы образовательной деятельности                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                           |                 |                                                                                                                       | выпускник должен знать                                                   | выпускник должен уметь                                                     | выпускник должен иметь практически опыт                                                           |                                                                                                                                                                |
| Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах | ПК 3            | <b>ПК-3.1.</b><br>использует современные методы исследования и оценки покупательского спроса и поведения потребителей | знает способы выявления потребности покупателя для стимулирования продаж | умеет стимулировать продажи товаров при помощи ценовых и неценовых методов | имеет практически опыт прогнозирования показателей конъюнктуры товарного рынка                    | <u>Контактная работа:</u><br>Лекции<br>Семинары<br>Практикум по решению задач<br>Ситуационный практикум<br>Доклад-презентация<br><u>Самостоятельная работа</u> |
|                                                                                                                                                                                           |                 | <b>ПК-3.2.</b><br>анализирует и определяет мероприятия по стимулированию продаж и мотивации покупателей               | знает направления и цели мероприятий по стимулированию продаж            | умеет применять неценовые приемы стимулирования продаж                     | имеет практически опыт мотивации покупателей и оценки эффективности методов стимулирования продаж |                                                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                           |                 | <b>ПК-3.3.</b><br>использует современные методы и технологии продвижения товаров в торговых системах                  | знает современные методы управления ассортиментом и продвижения товаров  | умеет осуществлять методы стимулирования продаж в торговле                 | имеет практически опыт применения методов продвижения товаров к покупателю                        |                                                                                                                                                                |

### 3. Тематический план

| Наименование тем                                                                     | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) |          |                            |                        |              |                        |         |               |                | Самостоятельная работа | ТКУ / балл<br>Форма ПА                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------|------------------------|--------------|------------------------|---------|---------------|----------------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                      | Лекции                                                                    | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая | Из них в форме |                        |                                                                                                    |
| Тема 1. Методологические основы стимулирования продаж                                | 2                                                                         | 2        |                            |                        |              |                        |         |               |                | 23                     | Семинар/5                                                                                          |
| Тема 2. Методы стимулирования торгового персонала и торговых посредников             | 2                                                                         |          | 2                          | 2                      |              |                        |         |               |                | 23                     | Семинар/5<br>Практикум по решению задач/10<br>Ситуационный практикум/ 10<br>Доклад-презентация/10  |
| Тема 3. Способы выявления потребностей и методы стимулирования конечных потребителей | 2                                                                         | 2        |                            |                        |              |                        |         |               |                | 23                     | Семинар/5<br>Практикум по решению задач /10<br>Ситуационный практикум/ 10<br>Доклад-презентация/10 |
| Тема 4. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию продаж                    | 2                                                                         |          |                            |                        |              |                        |         |               |                | 23                     | Семинар/5<br>Практикум по решению задач/10<br>Ситуационный практикум/ 10                           |
| <b>Всего:</b>                                                                        | <b>8</b>                                                                  | <b>4</b> | <b>2</b>                   | <b>2</b>               |              |                        |         |               |                | <b>92</b>              | <b>100</b>                                                                                         |
| Контроль, час                                                                        |                                                                           |          |                            |                        |              |                        |         |               |                |                        | <b>Зачет</b>                                                                                       |
| Объем дисциплины (в академических часах)                                             | <b>108</b>                                                                |          |                            |                        |              |                        |         |               |                |                        |                                                                                                    |
| Объем дисциплины (в зачетных единицах)                                               | <b>3</b>                                                                  |          |                            |                        |              |                        |         |               |                |                        |                                                                                                    |

## **4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### ***Тема 1. Методологические основы стимулирования продаж***

Предмет и задачи курса. Взаимосвязь с другими дисциплинами. Влияние стимулирования продаж на спрос в каналах дистрибуции. Влияние стимулирования продаж на спрос конечных покупателей. Технологии и инструменты для стимулирования продаж. Значение стимулирования продаж в обеспечении конкурентных преимуществ торговому предприятию. Современные тенденции в стимулировании продаж: инструменты в интернет.

### ***Тема 2. Методы стимулирования торгового персонала и торговых посредников***

Неценовые методы стимулирования торгового персонала. Цели стимулирования торговых посредников. Ценовые методы стимулирования торговых посредников. Неценовые методы стимулирования торговых посредников. Цели стимулирования торгового персонала. Ценовые методы стимулирования торгового персонала.

### ***Тема 3. Способы выявления потребностей и методы стимулирования конечных потребителей***

Цели стимулирования конечных потребителей. Ценовые методы стимулирования конечных потребителей. Неценовые методы стимулирования конечных потребителей. Общее восприятие методов стимулирования продаж различными целевыми группами конечных потребителей.

### ***Тема 4. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию продаж***

Разработка программы стимулирования продаж. Показатели оценки эффективности стимулирования продаж. Методы оценки эффективности стимулирования продаж. Формы ответственности торгового персонала.

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1. Перечень основной и дополнительной литературы**

#### ***Основная литература***

1. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560612>
2. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19913-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560125>

#### ***Дополнительная литература***

1. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535965>

## 5.2. Описание материально-технической базы

**Учебная аудитория № 305 для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:**

- столы (включая стол для преподавателя) – 23 шт.;
- стулья (включая стул для преподавателя) – 45 шт.;
- моноблок с установленным программным обеспечением – 1 шт.;
- компьютерная мышь – 1 шт.;
- клавиатура – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- проектор – 1 шт.;
- экран – 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.

**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](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»