

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.ДВ.5.2 «Управление продажами среднего и малого бизнеса»**

Код и наименование направления подготовки (специальности): **38.03.02**

**Менеджмент**

Направленность (профиль, специализация): **Управление малым бизнесом**

Статус дисциплины: **дисциплины (модули) по выбору**

Форма обучения: **заочная**

<b>Статус</b>	<b>Должность</b>	<b>И.О. Фамилия</b>
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 планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции из УП и этап её формирования	Содержание компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	владеть
ОПК-2	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	1. <input type="checkbox"/> Модели и методы принятия организационно-управленческих решений; 2. <input type="checkbox"/> Понятие и критерии социального развития организации	1. <input type="checkbox"/> Находить организационно-управленческие решения и нести ответственность за них, в том числе с позиций социальной значимости; 2. <input type="checkbox"/> Оценивать условия и последствия принимаемых организационно - управленческих решений, в том числе с позиций социальной значимости	Методами оценки результатов реализации управленческих решений, в том числе с позиций социальной значимости
ОПК-4	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	1. <input type="checkbox"/> Основы деловых коммуникаций; 2. <input type="checkbox"/> Социально-психологические и коммуникационные основы организации профессиональной деятельности	1. <input type="checkbox"/> Вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; 2. <input type="checkbox"/> Учитывать социально-психологические особенности организации профессиональной деятельности	1. <input type="checkbox"/> Навыками организации делового общения и публичных выступлений; 2. <input type="checkbox"/> Навыками организации и поддержания деловых электронных коммуникаций
ПК-17	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	1. <input type="checkbox"/> Базовые понятия и принципы менеджмента продаж, стратегии продаж; 2. <input type="checkbox"/> Способы и средства оценки экономических и социальных условий деятельности в сфере управления продажами; 3. <input type="checkbox"/> Методы выявления новых рыночных возможностей в	1. <input type="checkbox"/> Оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности в сфере управления продажами; 2. <input type="checkbox"/> Применять различные стратегии продаж, разрабатывать порядок и процесс прогнозирования объемов продаж,	1. <input type="checkbox"/> Навыками работы с маркетинговой информацией в сфере управления продажами, методами реализации управленческих функций и принятием решений в области управления продажами, владеть инновационными методами и средствами управления продажами и

Код компетенции из УП и этап её формирования	Содержание компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	владеть
		<p>области управления продажами;</p> <p>4. <input type="checkbox"/> Способы формирования оптимальной ценовой политики торговой организации.</p>	<p>поиска новых возможных рынков сбыта;</p> <p>3. <input type="checkbox"/> Применять современные информационные технологии и методы при организации продаж и выявлении перспективных рыночных возможностей и построении бизнес-моделей.</p>	<p>торговым бизнесом;</p> <p>2. <input type="checkbox"/> Методикой оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности, раскрытием ее сильных и слабых сторон для выявления новых рыночных возможностей, формирования, анализа и применения бизнес-моделей, связанных с управлением и прогнозированием продаж товара и разработке предложений по его совершенствованию;</p> <p>3. <input type="checkbox"/> Технологией продажи товаров и методами личных продаж</p>
ПК-2	<p>владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде</p>	<p>1. <input type="checkbox"/> Специальные техники общения, применяемые для совершения успешных продаж;</p> <p>2. <input type="checkbox"/> Современные представления о культуре коммуникации в деловой сфере;</p> <p>3. <input type="checkbox"/> Этические аспекты регулирования процесса купли-продажи;</p> <p>4. <input type="checkbox"/> Правила поведения в конфликтных ситуациях и способы их разрешения при проектировании групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления</p>	<p>1. <input type="checkbox"/> Снимать основные возражения, разрешать конфликтные ситуации при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде и в процессе выбора товара (услуги);</p> <p>2. <input type="checkbox"/> Организовывать персональные продажи и управлять отношениями с ключевыми клиентами и</p>	<p>1. <input type="checkbox"/> Способами разрешения конфликтных ситуаций, методами прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей.</p> <p>2. <input type="checkbox"/> Техник ведения переговоров с клиентами;</p> <p>3. <input type="checkbox"/> Методами анализа и проектирования межличностных, групповых и организационных коммуникаций в области управления продажами в организации с помощью современных технологий управления</p>

Код компетенции из УП и этап её формирования	Содержание компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	владеть
		<p>персоналом, занятым в сфере продаж;</p> <p>5. <input type="checkbox"/> Основные подходы к организации торгового пространства;</p> <p>6. <input type="checkbox"/> Основные концепции и теории взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;</p> <p>7. <input type="checkbox"/> Типы торговой культуры и методы её формирования;</p> <p>8. <input type="checkbox"/> Характерные черты работы с ключевыми клиентами и партнерами.</p>	<p>партнерами;</p> <p>3. <input type="checkbox"/> Разрабатывать программы мотивации и подготовки кадров для продажи товаров на основе современных технологий управления персоналом;</p> <p>4. <input type="checkbox"/> Организовывать взаимодействие и коммуникации с каналами сбыта;</p> <p>5. <input type="checkbox"/> Анализировать и оценивать степень эффективности состоявшегося коммуникативного акта.</p>	<p>персоналом, в том числе в межкультурной среде, и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;</p> <p>4. <input type="checkbox"/> Навыками работы с маркетинговой информацией в сфере управления продажами, методами реализации управленческих функций и принятием решений в области управления продажами,</p> <p>5. <input type="checkbox"/> Методикой организации и проведения деловых бесед, переговоров, деловых совещаний, официальных приемов с использованием современных средств коммуникации.</p>

## 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.	Управление бизнес-процессами малого предприятия

**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: 2 / 72

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	
заочная	6	0	8	58	16

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

**Форма обучения: заочная**

**Семестр: 7**

**Лекционные занятия (6ч.)**

**1. Организация работы отдела продаж(1ч.)[1,7]** Целеполагание создания отдела исходя из миссии компании. Среднесрочные и краткосрочные цели. Структурирование работы отдела продаж. Структура регламентов: положение об отделе продаж, должностные инструкции. От регламентации бизнес-процессов отдела продаж к их автоматизации. Определение (изменение) формата отделов зависимости от целей

**2. Структура продажи(1ч.)[3,4]** Сущность и задачи управления продажами. Этапы процесса продаж. Типы продаж. Менеджмент службы сбыта. Факторы, определяющие успешность работы отдела продаж. Тенденции в управлении продажами. Модели управления продажами.

**3. Установление и поддержание контакта(1ч.)[4,5]** 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 выделить этапы в процессе работы с клиентами. Разработка регламентов работы. Внедрение технологии целевого управления продажами.

**4. Основные психологические типы поведения клиентов(1ч.)[1,4]** Роль отдела продаж в компании. Подразделения, взаимодействующие с отделом продаж. Направления информационной работы с клиентами. Анализ продаж. Построение отношений с другими подразделениями. Конфликты, причины и методы их предотвращения.

**5. Эффективность презентации товара(1ч.)[4,8]** 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(0,5ч.)[3,4]** Место стратегии продаж в деятельности компании. Составляющие стратегии управления продажами. Факторы, определяющие выбор стратегии. Используя способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых изучить риски компании и их нейтрализация. Реализация стратегии продаж (Удержание клиентов как элемент стратегии).

**7. Условия продажи услуги и оптовой торговли(0,5ч.)[1,5,6]** 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. 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. Правила подготовки письменных оферт.

### **Практические занятия (8ч.)**

**1. Сущность и модели управления продажами. Организация работы отдела продаж {дискуссия} (1ч.)[4,6]** - 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} (1ч.)[1,3]** ABC-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} (1ч.)[4,5]** 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} (1ч.)[6,7]** владение различными способами групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде, 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(1ч.)[3,6]**

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} (1ч.)[4]** Осуществляя 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.)[5,7]**

Используя способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели, ответьте на вопрос, что такое ВЭД и налогообложение

#### **Самостоятельная работа (58ч.)**

**1. Подготовка к занятиям, самостоятельное изучение материала(34ч.)[2,4,6,8,10]**

**2. - Выполнение контрольной работы(20ч.)[1,3,5,7,9]**

**3. - Подготовка к занятиям (зачет)(4ч.)[8,9,10]**

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

Для каждого обучающегося обеспечен индивидуальный неограниченный доступ к электронно-библиотечным системам: Лань, Университетская библиотека он-лайн, электронной библиотеке АлтГТУ и к электронной информационно-образовательной среде:

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\\_ubr\\_rz.pdf](http://elib.altstu.ru/eum/download/m/Permyakova_ubr_rz.pdf)

2. Плотникова Ю.Н. Метод. рекомендации к практическим занятиям и выполнению расчетного задания для студетов направления "Управление персоналом" [Электронный ресурс]: Методические указания.— Электрон. дан.— Барнаул: АлтГТУ, 2014.— Режим доступа: <http://elib.altstu.ru/eum/download/eiop/Plotnikova-statrz.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. Рубин, Ю.Б. Управление собственным бизнесом : учебник / Ю.Б. Рубин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Университет «Синергия», 2016. - 977 с. : ил., табл. - (Университетская серия). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4257-0220-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455433>

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

8. Сайт Институт проблем предпринимательства <http://www.ipnou.ru/article/menedgment/pop/>

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

10. Сайт консалтинговой компании I SEE <http://www.i-see.ru>
11. ИСС «Консультант плюс» [электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
12. ИСС «ГАРАНТ» [электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.garant.ru](http://www.garant.ru)
13. МУЛЬТИСТАТ – многофункциональный статистический портал - Режим доступа: [http://www.multistat.ru/?menu\\_id=1](http://www.multistat.ru/?menu_id=1)
14. База статистических данных «Финансово-экономические показатели РФ» - Режим доступа: <https://www.minfin.ru/ru/statistics/>
15. Базы данных официальной статистики Федеральной службы государственной статистики - Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/](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.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) по дисциплине представлен в приложении А.

## **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.

<b>№пп</b>	<b>Используемое программное обеспечение</b>
1	Chrome
2	Linux
3	LibreOffice
4	Microsoft Office
5	Opera
6	Гарант
7	Windows
8	Антивирус Kaspersky

<b>№пп</b>	<b>Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы</b>
1	Бесплатная электронная библиотека онлайн "Единое окно к образовательным ресурсам" для студентов и преподавателей; каталог ссылок на образовательные интернет-ресурсы ( <a href="http://Window.edu.ru">http://Window.edu.ru</a> )

№пп	Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы
2	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. ( <a href="http://нэб.рф/">http://нэб.рф/</a> )

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

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа
учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа
учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций
учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
помещения для самостоятельной работы

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».