

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	Модели и методы принятия организационно-управленческих решений; Понятие и критерии социального развития организации	Находить организационно-управленческие решения и нести ответственность за них, в том числе с позиций социальной значимости; 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	Основы деловых коммуникаций; Социально-психологические и коммуникационные основы организации профессиональной деятельности	Вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; Учитывать социально-психологические особенности организации профессиональной деятельности	Навыками организации делового общения и публичных выступлений; 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	Базовые понятия и принципы менеджмента продаж, стратегии продаж; Способы и средства оценки экономических и социальных условий деятельности в сфере управления продажами; Методы выявления новых рыночных возможностей в области управления продажами; Способы формирования	Оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности в сфере управления продажами; Применять различные стратегии продаж, разрабатывать порядок и процесс прогнозирования объемов продаж, поиска новых возможных рынков сбыта;	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 торговым бизнесом; Методикой оценки

Код компетенции из УП и этап её формирования	Содержание компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	владеть
		оптимальной ценовой политики торговой организации.	Применять современные информационные технологии и методы при организации продаж и выявлении перспективных рыночных возможностей и построении бизнес-моделей.	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; Технологией продажи товаров и методами личных продаж
ПК-2	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	Специальные техники общения, применяемые для совершения успешных продаж; Современные представления о культуре коммуникации в деловой сфере; Этические аспекты регулирования процесса купли-продажи; Правила поведения в конфликтных ситуациях и способы их разрешения при проектировании групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, занятым в сфере продаж; Основные подходы к организации торгового пространства;	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); Организовывать персональные продажи и управлять отношениями с ключевыми клиентами и партнерами; □ Разрабатывать программы мотивации и	Способами разрешения конфликтных ситуаций, методами прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей. Техник ведения переговоров с клиентами; Методами анализа и проектирования межличностных, групповых и организационных коммуникаций в области управления продажами в организации с помощью современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде, и разрабатывать

Код компетенции из УП и этап её формирования	Содержание компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	владеть
		<p>Основные концепции и теории взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами; Типы торговой культуры и методы её формирования; Характерные черты работы с ключевыми клиентами и партнерами.</p>	<p>подготовки кадров для продажи товаров на основе современных технологий управления персоналом; Организовывать взаимодействие и коммуникации с каналами сбыта; Анализировать и оценивать степень эффективности состоявшегося коммуникативного акта.</p>	<p>предложения по повышению их эффективности; Навыками работы с маркетинговой информацией в сфере управления продажами, методами реализации управленческих функций и принятием решений в области управления продажами, 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.	Выпускная квалификационная работа

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	
очная	17	0	17	38	40

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

Форма обучения: очная

Семестр: 6

Лекционные занятия (17ч.)

1. Организация работы отдела продаж(2ч.)[1,3,8,12] 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(2,5ч.)[1,4,9,12,14] 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(2,5ч.)[1,6,11,15] 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. Внедрение технологии целевого управления продажами.

4. Основные психологические типы поведения клиентов(2,5ч.)[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(2,5ч.)[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(2,5ч.)[3,4] Место стратегии продаж в деятельности компании. Составляющие стратегии управления продажами. Факторы, определяющие выбор стратегии. Риски и их нейтрализация. Реализация стратегии продаж (Удержание клиентов как элемент стратегии).

7. Условия продажи услуги и оптовой торговли(2,5ч.)[3,5,15] 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 (17ч.)

1. Сущность и модели управления продажами. Организация работы отдела продаж {дискуссия} (2ч.)[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} (2,5ч.)[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} (2,5ч.)[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} (2,5ч.)[1,4,5,12,13] 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(2,5ч.)[1,4,7,11] 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} (2,5ч.)[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

7. Оперативное управление специальными продажами {дискуссия} (2,5ч.)[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 (38ч.)

1. Подготовка к занятиям, самостоятельное изучение материала(24ч.)[1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15]

2. - Выполнение контрольной работы(10ч.)[1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15]

3. - Подготовка к занятиям (зачет)(4ч.)[1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15]

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_ubp_rz.pdf

2. Плотникова Ю.Н.Метод. рекомендации к практическим занятиям и выполнению расчетного задания для студентов направления "Управление персоналом" [Электронный ресурс]: Методические указания.— Электрон. дан.— Барнаул: АлтГТУ, 2013 г.— 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. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 279 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767>

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

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

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

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

11. ИСС «ГАРАНТ» [электронный ресурс]. – Режим доступа: www.garant.ru

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

13. МУЛЬТИСТАТ – многофункциональный статистический портал - Режим доступа: 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:

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

Содержание промежуточной аттестации раскрывается в комплекте контролируемых 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.

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

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

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

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
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».