

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Экономический факультет

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной
работе, качеству образования –
первый проректор

Хагуров Т.А.

2019г.



**Б1.В.ДВ.04.01 УПРАВЛЕНИЕ КАНАЛАМИ
РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И СБЫТА В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки:	38.04.06 «Торговое дело»
Направленность (профиль):	Маркетинг в торговле
Программа подготовки:	академическая
Форма обучения:	заочная
Квалификация (степень) выпускника:	магистр

Краснодар 2019

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цели и задачи дисциплины

Целью является формирование у студентов знаний и умений, необходимых для разработки политики распределения и эффективного управления каналами сбыта, достижения стратегических целей распределения, грамотного применения навыков и знаний в построении дистрибьюторской сети или осуществлении дистрибьюторской деятельности в оптовой торговле.

Задачами учебной дисциплины «Управление каналами распределения и сбыта в оптовой торговле» являются:

- показать, какую роль играют каналы распределения в системе маркетинга;
- научить анализировать рыночные позиции компании с точки зрения их влияния на систему распределения;
- научить выбирать форму каналов распределения и разрабатывать их структуру в соответствии с маркетинговой стратегией компании;
- показать формы контроля над деятельностью каналов распределения и научить оценивать эффективность системы распределения на основе имеющихся на данный момент времени методик;
- научить управлять системой распределения в рамках прямого маркетинга и партнерской сети для достижения максимального эффекта от коммерческой деятельности.

1.2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Учебная дисциплина «Управление каналами распределения и сбыта в оптовой торговле» относится к вариативной части Блока 1 профессионального цикла дисциплин ФГОС ВО по направлению 38.04.06 «Торговое дело» (квалификация (степень) магистр). Содержание данной дисциплины опирается на знания основных экономических и управленческих дисциплин, изучаемых на первых ступенях высшего профессионального образования соответствующих профилей, таких как «Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Менеджмент» и др. Курс «Управление каналами распределения и сбыта в оптовой торговле» развивает и углубляет профессиональную специализацию магистров, закладываемую в маркетинговых дисциплинах «Стратегический маркетинг», «Товароведение и экспертиза на торговых предприятиях» и «Логистическая система торгового предприятия».

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

№ п/п	Ин- декс компе- тен- ции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	Уметь	Владеть
1	ОПК-3	Способность самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	объективную сущность и логику поиска и выбора инноваций, анализа и оценки экономической эффективности управления каналами распределения оптового предприятия	использовать инструментальной оценки эффективности профессиональной деятельности в области оптовой торговли	специальной терминологией на профессиональном уровне; опытом поиска и выбора инноваций в области оптовой торговли
2	ПК-1	Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров	место инноваций в функционировании оптовых компаний	разрабатывать концепцию системы закупок и продаж товаров в оптовой торговле	навыками поиска и анализа информации при выборе инновационных систем закупок и продаж в оптовой торговле
3	ПК-3	Способность анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия	системное представление о технологическом процессе как объекте управления, организации работы персонала, нахождения и принятия управленческих решений в области управления каналами сбыта в оптовой торговле	идентифицировать проблемы в каналах распределения оптового предприятия, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов компании	навыками анализа технологического процесса как объекта управления оптового предприятия
4	ПК-7	Способность к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы	сущность прогрессивных направлений развития промышленного рынка, состав внутренних и внешних специфических факторов, влияющих на процесс управления оптовым предприятием	проводить исследования прогрессивных направлений маркетинга оптового предприятия	опытом разработки стратегических планов для организации торговли товарами в оптовой торговле
5	ПК-10	Способность к поиску инновационных идей при проектировании, разработке,	содержание процесса	проводить поиск новых	способами оценки прогно-

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ОФО).

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)
			В
Контактная работа, в том числе:			
Аудиторные занятия (всего)		14	14
Занятия лекционного типа		2	2
Практические занятия		12	12
Иная контактная работа:			
Контроль самостоятельной работы (КСР)			
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2
Самостоятельная работа в том числе:		54	54
Курсовая работа		-	-
Проработка учебного (теоретического) материала		18	18
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций, подготовка к тестированию и деловой игре).		22	22
Реферат		10	10
Подготовка к текущему контролю		4	4
Контроль:		3,8	3,8
Подготовка к экзамену		-	-
Общая трудоемкость	час.	72	72
	в том числе контактная работа	14,2	14,2
	зач. ед	2	2

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в В семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Введение в курс управления каналами распределения	8	-	2	-	6
2	Роль и место каналов распределения в сбытовой политике современных компаний	8	2	-	-	6
3	Выбор каналов распределения	8	-	-	-	8
4	Выбор торговых посредников	10	-	2	-	8
5	Управление продажами в рамках прямого маркетинга	10	-	2	-	8
6	Формирование и организация системы дистрибьюции	8	-	2	-	6
7	Управление каналами дистрибьюции	8	-	2	-	6
8	Оценка эффективности системы распределения	8	-	2	-	6
	Итого		2	12	-	54

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Введение в курс управления каналами распределения и сбыта в оптовой торговле	Маркетинговые каналы: функции и потоки. Анализ существующих структур маркетинговых каналов. Управление каналами, взаимосвязи и конкурентная динамика. Концепция маркетинга отношений как основа управления каналами распределения товаров и услуг.	Вопросы для обсуждения, кейс
2.	Роль и место каналов распределения в сбытовой политике современных оптовых компаний	Факторы, влияющие на систему распределения. Сущность стратегического управления системой распределения. Современные сбытовые стратегии. Условия применения отдельных сбытовых стратегий. Анализ внешней и внутренней среды компании для целей стратегического планирования системы распределения. Выбор сбытовой стратегии. Сущность стратегическо-	Вопросы для обсуждения

		го планирования распределения в системе сбыта.	
3.	Выбор каналов распределения и сбыта в оптовой торговле	Сущность и основные характеристики каналов распределения. Формы каналов распределения. Преимущества и недостатки вертикального и горизонтального каналов распределения. Взаимосвязь между сбытовой стратегией и каналом распределения. Факторы, определяющие выбор канала распределения. Функции каналов распределения. Процедура принятия решения по выбору канала распределения. Типы связей и синергетических типов взаимоотношений поставщика и посредника в канале, преимущества их успешных отношений. Петли эффективности канала. Выбор оптимального варианта канала товародвижения. Количественные и качественные критерии.	Вопросы для обсуждения Тест
4.	Выбор торговых посредников	Сущность и современные формы торгового посредничества. Функции посредников в канале сбыта. Основные виды торговых посредников и их функции в канале распределения. Комплексный анализ потенциальных торговых посредников для построения дистрибьюции. Принципы построения дистрибьюторской сети. Современные способы организации дистрибьюторской сети. Подготовка и проведение переговоров о сотрудничестве. Техника переговоров: как добиться положительного ответа сети.	Вопросы для обсуждения, ситуационная задача
5.	Управление продажами в рамках прямого маркетинга в оптовой торговле	Организация процесса продаж на предприятии. Управление продажами на принципах маркетинга. Маркетинг прямых продаж. Планирование, контроль, организация труда и оплаты сбытового персонала (менеджеров по продажам). Customer Relations Management (CRM) – Система поддержания связей с клиентами. Создание системы лояльности клиентов к фирме. Стимулирование продаж. Построение эффективной системы продвижения товаров и услуг. Правила взаимодействия с клиентом. Мотивация клиентов на совершение покупок. Методы повышения эффективности продаж.	Вопросы для обсуждения, кейс
6.	Формирование и организация системы дистрибуции	Цели создания партнерской сети. Факторы, определяющие выбор канала дистрибуции. Влияние стратегии сбыта на систему дистрибуции. План формирования маркетин-	Вопросы для обсуждения, кейс

		говых каналов. «Жесткая» вертикальная интеграция. Виды современных каналов дистрибуции. «Гибкая» вертикальная интеграция. Типы современных каналов дистрибуции. Франчайзинг в системе дистрибуции современных компаний.	
7.	Управление каналами дистрибуции	Маркетинговые стратегии в каналах распределения. Стратегическое планирование в дистрибуции. Правила формулирования целей и задач торговым представителям. Расчет загрузки торгового представителя и планирование его рабочего времени. Методы управления дистрибуторской сетью: функциональные скидки, ценовые льготы, финансовая поддержка, способы защиты. Торговый маркетинг и стимулирование сбыта в сети распределения. Расчет отпускных цен и вознаграждений торговых партнеров. Конфликты в распределительных каналах и способы их решения.	Вопросы для обсуждения
8.	Оценка эффективности системы распределения И сбыта в оптовой торговле	Система критериев для оценки эффективности работы канала распределения и его участников. Методы анализа эффективности работы торговых партнеров. Баланс сил в канале распределения. Оценка экономической эффективности каналов дистрибуции: индексы EVA, DPP, количественная, качественная, взвешенная дистрибуция, индекс проникновения. Расчет эффективности программ Consumer Promotion. Измерение уровня общественной полезности канала распределения: комплексная оценка качества обслуживания.	Вопросы для обсуждения, кейс

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование темы	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Введение в курс управления каналами распределения и сбыта в оптовой торговле	Маркетинговые каналы: функции и потоки. Анализ существующих структур маркетинговых каналов. Концепция маркетинга отношений как основа управления каналами распределения товаров и услуг и сбыта в оптовой торговле.	Вопросы для обсуждения, кейс
	Роль и место каналов распределения в сбытовой политике	Сущность стратегического управления системой распределения. Анализ внешней и внутренней среды компании для	Вопросы для обсуждения

2	ке современных оптовых компаний	целей стратегического планирования системы распределения и сбыта в оптовой торговле. Сущность стратегического планирования распределения в системе сбыта.	
3	Выбор каналов распределения и сбыта в оптовой торговле	Формы каналов распределения в оптовой торговле. Преимущества и недостатки вертикального и горизонтального каналов распределения. Факторы, определяющие выбор канала распределения и сбыта. Функции каналов распределения и сбыта. Выбор оптимального варианта канала товародвижения. Количественные и качественные критерии.	Вопросы для обсуждения Тест
4	Выбор торговых посредников	Современные формы торгового посредничества. Основные виды торговых посредников и их функции в канале распределения. Принципы построения дистрибьюторской сети. Подготовка и проведение переговоров о сотрудничестве.	Вопросы для обсуждения, ситуационная задача
5	Управление продажами в рамках прямого маркетинга в оптовой торговле	Организация процесса продаж на предприятии. Планирование, контроль, организация труда и оплаты сбытового персонала. Стимулирование продаж. Построение эффективной системы продвижения товаров и услуг. Мотивация клиентов на совершение покупок. Методы повышения эффективности продаж.	Вопросы для обсуждения, кейс
6	Формирование и организация системы дистрибуции	Влияние стратегии сбыта на систему дистрибуции. План формирования маркетинговых каналов. Виды современных каналов дистрибуции. Франчайзинг в системе дистрибуции современных компаний.	Вопросы для обсуждения, кейс
7	Управление каналами дистрибуции	Методы управления дистрибьюторской сетью: функциональные скидки, ценовые льготы, финансовая поддержка, способы защиты. Торговый маркетинг и стимулирование сбыта в сети распределения. Конфликты в распределительных каналах и способы их решения.	Вопросы для обсуждения
8	Оценка эффективности системы распределения И сбыта в оптовой торговле	Методы анализа эффективности работы торговых партнеров. Оценка экономической эффективности каналов дистрибуции: индексы EVA, DPP, количественная, качественная, взвешенная дистрибуция, индекс проникновения. Расчет эффективности программ Consumer Promotion.	Вопросы для обсуждения, кейс

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы не предусмотрены учебным планом.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовка к практическим занятиям, подготовка рефератов (презентаций).	Ресурсы (в т.ч. и электронные) библиотеки КубГУ 1. Левкин, Г. Г. Логистика: теория и практика : учебник и практикум для вузов / Г. Г. Левкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 202 с. — Режим доступа: https://biblio-online.ru/viewer/D8F4BD03-9258-4E45-8DBF-25205FE346B6/logistika-teoriya-i-praktika#page/1 2. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебное пособие / С.Н. Диянова, Н.И. Денисова. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - 384 с. — Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=320695

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены дистанционные формы консультаций с использованием электронной почты, онлайн-общения через программы Skype, ВКонтакте и т.п.

3. Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины лекции, практические занятия, консультации являются ведущими формами обучения в рамках лекционно-семинарской образовательной технологии.

Лекции излагаются в виде презентации с использованием мультимедийной аппаратуры. Данные материалы в электронной форме передаются студентам.

Основной целью практических занятий является разбор практических ситуаций. Дополнительной целью практических занятий является контроль усвоения пройденного материала. На практических занятиях также осуществляется проверка выполнения заданий.

При проведении практических занятий участники готовят и представляют (с использованием программы Power Point) небольшие сообщения по наиболее важным теоретическим аспектам текущей темы, отвечают на вопросы преподавателя и других слушателей. В число видов работы, выполняемой слушателями самостоятельно, входят: 1) поиск и изучение литературы по рассматриваемой теме; 2) поиск и анализ научных статей, монографий по рассматриваемой теме; 3) подготовка реферативных обзоров; 4) подготовка презентации.

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: при реализации различных видов учебной работы (лекций и практических занятий) используются следующие образовательные технологии: дискуссии, презентации, конференции. В сочетании с внеаудиторной работой они создают дополнительные условия формирования и развития требуемых компетенций обучающихся, поскольку позволяют обеспечить активное взаимодействие всех участников. Эти методы способствуют личностно-ориентированному подходу.

Вышеназванные образовательные технологии дают наиболее эффективные результаты освоения дисциплины с позиций актуализации содержания темы занятия, выработки продуктивного мышления, терминологической грамотности и компетентности обучаемого в аспекте социально-направленной позиции будущего специалиста, и мотивации к инициативному и творческому освоению учебного материала.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

- при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете;
- при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Перечень и тематика самостоятельных работ

Цель самостоятельной работы – расширение кругозора и углубление знаний в области теории и практики товароведческой деятельности. Контроль за выполнением самостоятельной работы проводится при изучении каждой темы дисциплины на семинарских занятиях. Это текущий опрос, тестовые задания, подготовка рефератов.

Самостоятельная работа магистранта в процессе освоения дисциплины включает в себя:

- изучение основной и дополнительной литературы по курсу;
- работу с электронными учебными ресурсами (КОПР);
- изучение материалов периодической печати, Интернет - ресурсов;
- выполнение эссе, рефератов;
- подготовку к зачету;
- индивидуальные и групповые консультации.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вопросы для проведения зачета по дисциплине

- 1 Функции каналов сбыта в оптовой торговле.
- 2 Типы посредников.
- 3 Базовые стратегии охвата.
- 4 Факторы, влияющие на конфигурацию каналов сбыта в оптовой торговле.
- 5 Вертикальные маркетинговые системы.

- 6 Достоинства и недостатки различных организационных структур отдела продаж в оптовой торговле.
- 7 Основные типы продаж и факторы, влияющие на выбор структуры продаж.
- 8 Географическая, товарная, товарно-операционная, товарно-функциональная специализация, рыночная специализация, специализация по типам клиентов, организация на основе новых и имеющихся клиентов, организация по кластерам потребительского поведения.
- 9 Основные типы торгового персонала.
- 10 Основные функции менеджера по продажам.
- 11 Основные функции руководителя отдела продаж.
- 12 Управленческие навыки и личные качества, которыми должен обладать руководитель отдела продаж.
- 13 Подбор, оценка и наем торгового персонала.
- 14 Планирование штата торгового персонала.
- 15 Поиск кандидатов на должность менеджера по продажам.
- 16 Собеседование и набор менеджеров по продажам. Основные критерии отбора.
- 17 Разработка должностной инструкции.
- 18 Мотивация торгового персонала.
- 19 Разработка эффективной системы оплаты труда.
- 20 Задачи и функции посредников в каналах распределения.
- 21 Основные виды торговых посредников.
- 22 Принципы построения эффективных систем оплаты труда торгового персонала.
- 23 Технологии поиска и привлечения клиентов (технология первого исходящего звонка клиенту, анкеты, стандарт презентации, коммерческое предложение и т.д.).
- 24 Внутренние документы (планы продаж, внутренние прайс-листы, личные рабочие журналы, статистика коммерческой работы с клиентами).
- 25 Отличительные черты региональных продаж. Организация региональных продаж.
- 26 Формирование механизмов коммерческого кредита.
- 27 Методы эффективной презентации товара.
- 28 Взаимодействие служб продаж с крупными клиентами.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

5.1 Основная литература:

1. Левкин, Г. Г. Логистика: теория и практика : учебник и практикум для вузов / Г. Г. Левкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 202 с. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/viewer/D8F4BD03-9258-4E45-8DBF-25205FE346B6/logistika-teoriya-i-praktika#page/1>

2. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебное пособие / С.Н. Диянова, Н.И. Денисова. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - 384 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=320695>

5.2 Дополнительная литература:

1. Новиков В. Э. Информационное обеспечение логистической деятельности торговых компаний [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / В. Э. Новиков. - М. : Юрайт, 2018. - 184 с. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/EA71BE56-8CE9-4676-BF63-57498EC5FE5F>.

2. Тебекин, А.В. Логистика [Электронный ресурс] : учебник / А.В. Тебекин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 356 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93314>.

3. Управление запасами в цепях поставок [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : в 2 ч. Ч. 1 / В. С. Лукинский [и др.] ; под общ. ред. В. С. Лукинского. - М. : Юрайт, 2017. - 307 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/9C3AC7CB-DBA5-456E-B4E2-4959968D0117>.

5.3. Периодические издания

1. «Маркетинг». Периодический журнал.
2. «Маркетинг в России и за рубежом». Периодический журнал. <http://www.mavriz.ru/>
3. «Маркетинг и маркетинговые исследования»
4. «Практический маркетинг»
5. «Управление продажами».

6.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Журнал «Медиа Профи». Режим доступа: <http://www.mediaprofile-online.ru/tema.php?page=1>
2. Портал новостей «Ведомости». Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/var/bansrc/2010/bb3468.html>
3. Портал новостей «Коммерсант. ru». Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/>
4. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=57#>
5. Исследовательский холдинг «Ромир». Режим доступа: <http://www.romir.ru/>

6. Исследовательский центр Комкон. Режим доступа: <http://www.comcon-2.ru/>
7. Исследовательская группа TNS. Режим доступа: <http://www.tns-global.ru/rus/index.wbp>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Самостоятельная работа слушателей по дисциплине проводится с целью закрепления и систематизации теоретических знаний, формирования практических навыков по их применению при решении экономических задач в выбранной предметной области. Самостоятельная работа включает: изучение основной и дополнительной литературы, проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовку к практическим занятиям, подготовка рефератов (презентаций), подготовка к тестированию и деловой игре.

Для подготовки к лекциям необходимо изучить основную и дополнительную литературу по заявленной теме и обратить внимание на те вопросы, которые предлагаются к рассмотрению в конце каждой темы.

При изучении основной и дополнительной литературы, студент может в достаточном объеме усвоить и успешно реализовать конкретные знания, умения, навыки и компетенции при выполнении следующих условий:

- 1) систематическая работа на учебных занятиях под руководством преподавателя и самостоятельная работа по закреплению полученных знаний и навыков;
- 2) добросовестное выполнение заданий преподавателя на практических занятиях;
- 3) выяснение и уточнение отдельных предпосылок, умозаключений и выводов, содержащихся в учебном курсе; взаимосвязей отдельных его разделов, используемых методов, характера их использования в практической деятельности;
- 4) сопоставление точек зрения различных авторов по затрагиваемым в учебном курсе проблемам; выявление неточностей и некорректного изложения материала в периодической и специальной литературе;
- 5) разработка предложений преподавателю в части доработки и совершенствования учебного курса;
- 6) подготовка научных статей для опубликования в периодической печати, выступление на научно-практических конференциях, участие в работе студенческих научных обществ, круглых столах.

В ходе самоподготовки к практическим занятиям студент осуществляет сбор и обработку материалов по тематике его исследования, используя при этом открытые источники информации (публикации в научных изданиях, аналитические материалы, ресурсы сети Интернет и т.п.), а также практический опыт и доступные материалы объекта исследования. Контроль за выполнением самостоятельной работы проводится при изучении каждой темы дисциплины на практических (семинарских) занятиях.

На сегодняшний день тестирование – один из самых действенных и популярных способов проверить знания в изучаемой области. Тесты позволяют очень быстро проверить наличие знаний у студентов по выбранной теме. Кроме того, тесты не только проверяют знания, но и тренируют внимательность, усидчивость и умение быстро ориентироваться и соображать. При подготовке к решению тестов необходимо проработать основные категории и понятия дисциплины, обратить внимание на ключевые вопросы темы.

Подготовка реферата (презентации) – закрепление теоретических основ и проверка знаний студентов по вопросам основ и практической организации научных исследований, умение подбирать, анализировать и обобщать материалы, раскрывающие связи между теорией и практикой. Подготовка презентации предполагает творческую активность слушателя, умение работать с литературой, владение методами анализа данных и компьютерными технологиями их реализации.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

8.1 Перечень информационных технологий и необходимого программного обеспечения

При проведении занятий лекционного типа используется технология мультимедиапрезентаций, включающая текстовые, графические материалы и видеоматериалы по курсу. При проведении занятий по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows 8, 10 (Операционная система, Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);

Microsoft Office Professional Plus (Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты).

8.2. Перечень информационных справочных и электронных библиотечных систем, доступных студентам КубГУ для изучения дисциплины

1. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия). Режим доступа <http://uisrussia.msu.ru/>

2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)

3. Электронная библиотечная система "Университетская библиотека ONLINE". Режим доступа <http://www.biblioclub.ru/> . Доступна версия сайта для слабовидящих.

4. Электронная библиотечная система [BOOK.ru](http://www.book.ru/). Режим доступа <http://www.book.ru/>. Доступна версия сайта для слабовидящих

5. Электронная библиотечная система Издательства «Юрайт». Режим доступа <http://www.biblio-online.ru/>. Доступна версия сайта для слабовидящих.

6. Электронная библиотечная система Издательства «Лань». Режим доступа <http://e.lanbook.com/> . Доступна версия сайта для слабовидящих.

7. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда. Режим доступа <http://lib.mylibrary.com> .

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Занятия лекционного типа	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus). Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, 4033Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л
2.	Занятия семинарского типа	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus). Ауд. 2026Л, 2027Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 5043Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н. 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А Лаборатория организационно-технологического обеспечения торговой и маркетинговой деятельностью. Ауд.201А
3.	Групповые и индивидуальные консультации	Кафедра маркетинга и торгового дела (206А), аудитории 202А, 210Н, А216Н)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитории, оснащенные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (Microsoft Windows 8, 10; Microsoft Office Professional Plus). Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, А208Н, 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, 2026Л, 2027Л, 4033Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5043Л, 5045Л, 5046Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
5.	Самостоятельная	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный ком-

	работа	пьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета Ауд. 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
--	--------	---

10. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

В процессе изучения дисциплины используются современные профессиональные базы данных, информационные справочные и поисковые системы, находящиеся в режиме свободного доступа. Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных и поисковых систем ежегодно обновляется.

Перечень профессиональных баз данных, информационных
справочных и поисковых систем, используемых в процессе преподавания дисциплины

	Наименование электронного ресурса	Ссылка на электронный адрес
1.	Базы данных Министерства экономического развития и торговли РФ	http://economy.gov.ru
2.	Базы статистических данных Росстата	http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/
3.	Консультант Плюс – справочная правовая система. Доступ к СПС Консультант Плюс предоставляется в Зале доступа к электронным ресурсам и каталогам (к. А 213 библиотечный корпус), class@lib.kubsu.ru	http://www.consultant.ru/
4.	Базы данных Европейского общества маркетинга (WorldAssociationofOpinionandMarketingResearch-Professionals)	https://www.esomar.org
5.	Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR - Базы рынка рекламы)	https://www.restko.ru/
6.	База данных исследований Центра стратегических разработок	https://www.csr.ru/issledovaniya/
7.	База данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) РАН	http://www2.viniti.ru/
8.	Базы данных в сфере интеллектуальной собственности, включая патентные базы данных	www.rusnano.com
9.	База данных Федерального института промышленной собственности	www.fips.ru
10.	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия)	http://uisrussia.msu.ru/
11.	Базы данных компании «Ист Вью»	http://dlib.eastview.com

Рецензия

доктора экономических наук, профессора, заведующего кафедрой
теоретической экономики Кубанского государственного университета

Сидорова В.А.

на рабочую программу Шевченко Е.В.

«Управление каналами распределения и сбыта в оптовой торговле»

Рабочая программа курса «Управление каналами распределения и сбыта в оптовой торговле» направлена на освоение теоретических и практических основ, а также специфики управления каналами распределения в оптовой торговле. Курс ориентирован на формирование у студентов необходимого уровня знаний по изучению и анализу эффективности каналов сбыта с целью их наиболее эффективного применения в профессиональной деятельности, освоение студентами необходимых теоретических знаний и получение практических навыков в развитии компетенций, позволяющих принимать объективные и своевременные решения в профессиональной деятельности студентов в части управления каналами сбыта в оптовой торговле.

Рабочая программа по курсу «Управление каналами распределения и сбыта в оптовой торговле» предназначена для студентов экономического факультета КубГУ, обучающихся по программе подготовки магистров направления 38.04.06 «Торговое дело». Структура и содержание рабочей программы отражает современное состояние изучаемой дисциплины и находится в русле современных тенденций развития теории и практики маркетингового управления. Рабочая программа в целом соответствует требованиям государственных стандартов по указанному направлению подготовки, разработана с учетом принципов компетентного подхода и может быть использована в высшем профессиональном образовании торгово-экономического профиля.

Доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой теоретической
экономики Кубанского государственного
университета

Сидоров В.А.

Рецензия
финансового директора ООО «Траст Агро Трейд»
Лисичкиной Н.М.
на рабочую программу Шевченко Е.В.
«Управление каналами распределения и сбыта в оптовой торговле»

Рабочая программа курса «Управление каналами распределения и сбыта в оптовой торговле» направлена на освоение теоретических и практических основ, а также специфики управления каналами распределения в оптовой торговле. Курс ориентирован на формирование у студентов необходимого уровня знаний по изучению и анализу эффективности каналов сбыта с целью их наиболее эффективного применения в профессиональной деятельности, освоение студентами необходимых теоретических знаний и получение практических навыков в развитии компетенций, позволяющих принимать объективные и своевременные решения в профессиональной деятельности студентов в части управления каналами сбыта в оптовой торговле.

Рабочая программа по курсу «Управление каналами распределения и сбыта в оптовой торговле» предназначена для студентов экономического факультета КубГУ, обучающихся по программе подготовки магистров направления 38.04.06 «Торговое дело». Структура и содержание рабочей программы отражает современное состояние изучаемой дисциплины и находится в русле современных тенденций развития теории и практики маркетингового управления. Рабочая программа в целом соответствует требованиям государственных стандартов по указанному направлению подготовки, разработана с учетом принципов компетентного подхода и может быть использована в высшем профессиональном образовании торгово-экономического профиля.

Финансовый директор
ООО «Траст Агро Трейд»



Лисичкина Н.М.