

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

Т.А. Хагуров
подпись
«25» мая 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.08 Технологии организации, планирования и управления продажами
(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: 27.03.05 Инноватика
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль):
Управление инновационными проектами и трансфер технологий
(наименование направленности (профиля) / специализации)

Форма обучения: _____ очная _____
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация: бакалавр

Краснодар 2022

Рабочая программа дисциплины Б1.В.08 «Технологии организации, планирования и управления продажами» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 27.03.05 Инноватика

Программу составила:

Н.Н. Аведисян, доцент кафедры экономики и управления инновационными системами, кандидат экономических наук _____

Рабочая программа дисциплины Б1.В.08 «Технологии организации, планирования и управления продажами» утверждена на заседании кафедры экономики и управления инновационными системами протокол № 5 «11» мая 2022 г.

Заведующий кафедрой (разработчика) Литвинский К.О. _____

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета

протокол №11 «17» мая 2022 г.

Председатель УМК факультета Дробышевская Л.Н. _____

Рецензенты:

1. Литаш Б.С. – кандидат технических наук, начальник отдела инноваций ПАО «Россети Кубань»

2. Поддубная М.Н. – кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента Кубанского государственного университета

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины «Технологии организации, планирования и управления продажами» – сформировать у обучающихся представление об основных функциях и инструментах продаж как специфической функции управления, его социально-экономических предпосылках, истории возникновения и эволюции, особенностях организации продаж на предприятиях, общих и специфических элементах внешней среды продаж, методам организации, и управления эффективными продажами на предприятиях.

1.2 Задачи дисциплины

Задачи дисциплины:

Задачами дисциплины «Технологии организации, планирования и управления продажами» являются:

- сформировать понимание сущности, принципов, функций и задач технологии организации, планирования и управления продажами;
- ознакомить с ролью и развитием продаж, поведением покупателей и стратегией продаж;
- освоить знания относительно организации службы сбыта, продаж и требований по продажам;
- сформировать знания о каналах и продвижении продаж, о подготовке кадров, о прогнозировании объемов продаж;
- ознакомить с ответственностью персональных продаж и управления ключевыми клиентами, основанных на взаимоотношениях, информационных технологиях в продажах;
- применение практических технологий по организации продаж с использованием маркетинговых подходов;
- сформировать практические навыки по использованию знаний по управлению продажами для правильной организации продаж и оценки их эффективности.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии организации, планирования и управления продажами» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Для освоения дисциплины " Технологии организации, планирования и управления продажами " студенты должны владеть знаниями, умениями, навыками и компетенциями, приобретенными в результате изучения таких предшествующих дисциплин, как: История (история России, всеобщая история), Концепции управления экономическими системами, Общая экономическая теория, Микроэкономика, Теория и технология программирования, Организационное поведение и др.

Знания, умения, навыки и компетенции, полученные студентами в результате освоения данной дисциплины, необходимы для освоения ряда других частей ООП: Управление инновационными проектами, Информационное обеспечение профессиональной деятельности, Управление и коммерциализация научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок, Управление взаимодействиями в бизнес-среде и др.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие)</i>)
ПК-1 Способен руководить поставками инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих	
ИПК-1.4 Понимает и использует технологии организации, планирования и управления продажами	знает технологии организации, планирования и управления продажами
	умеет использовать технологии организации, планирования и управления продажами
	владеет навыками технологий организации, планирования и управления продажами

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная			
		1 семестр (часы)	2 семестр (часы)	3 семестр (часы)	4 семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:	107,5	-	-	52,2	55,3
Аудиторные занятия (всего):	102	-	-	50	52
занятия лекционного типа	52	-	-	34	18
лабораторные занятия	-	-	-	-	-
практические занятия	50	-	-	16	34
Иная контактная работа:	5,5	-	-	2,2	3,3
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	-	-	2	3
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,5	-	-	0,2	0,3
Самостоятельная работа, в том числе:	45,8	-	-	19,8	26
Проработка учебного материала	45,8	-	-	19,8	26
Контроль:	26,7	-	-	-	26,7
Подготовка к экзамену	26,7	-	-	-	26,7
Общая трудоёмкость	час.	-	-	180	-
	в том числе контактная работа	-	-	107,5	-
	зач. ед	-	-	5	-

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 5 и в 6 семестре (на 3 курсе) (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Введение в управление продажами. Стратегия и тактика продаж. Процесс продаж.	23	8	8	-	7
2.	Создание подразделения, отвечающего за продажи.	23	8	8	-	7
3.	Регламентация процессов продаж.	23	8	8	-	7
4.	Использование информационных технологий в продажах.	23	8	8	-	7
5.	Внедрение технологии управления продажами	23	8	8	-	7
6.	Управление изменениями в продажах.	32,8	12	10	-	10,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	147,8	18	36	-	45,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	5				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,5				
	Подготовка к текущему контролю	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	180				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Введение в управление продажами. Стратегия и тактика продаж. Процесс продаж.	Базовая терминология управления продажами. Роль продаж в функционировании компании. Стратегия продаж как элемент стратегии развития компании. Принципы разработки стратегии и тактические планы в продажах. Определение процесса продаж. Обзор остальных тем курса.	Контрольные вопросы
2.	Создание подразделения, отвечающего за продажи.	Организационная структура отдела продаж. Подбор сбытового персонала. Первичное и регулярное обучение продавцов. Принципы организации корпоративного обучения. Система мотивации персонала. Взаимодействие отдела продаж с другими структурными подразделениями компании.	Контрольные вопросы
3.	Регламентация процессов продаж.	Разработка технологии управления продажами. Необходимая информация для управления продажами. Основные регламентации. Принципы разработки регламентов. Тестирование и интеграция регламентов с другими процессами компании.	Контрольные вопросы
4.	Использование информационных технологий в продажах.	Программное обеспечение, используемое для автоматизации отдела продаж. Ключевые участки процесса продаж, подлежащие автоматизации. Особенности выбора программного обеспечения для компании. Интеграции ПО для управления продажами с другими автоматизированными системами в компании. Отражение в регламентах правил использования автоматизированных систем.	Контрольные вопросы
5.	Внедрение технологии управления продажами	Организационное обеспечение процессов. Проведение опытной эксплуатации. Корректировка технологии в процессе эксплуатации. Эволюция технологии в процессе развития компании.	Контрольные вопросы
6.	Управление изменениями в продажах.	Рыночные факторы, влияющие на изменение технологии продаж. Принципы разработки и внедрения изменений в продажах. Изменения в системе мотивации. Изменения в организационной структуре. Изменения в рыночном окружении. Внедрение изменений	Контрольные вопросы

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы)

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Введение в управление продажами. Стратегия и тактика продаж. Процесс продаж.	Базовая терминология управления продажами. Роль продаж в функционировании компании. Стратегия продаж как элемент стратегии развития компании. Принципы разработки стратегии и тактические планы в продажах. Определение процесса продаж. Обзор остальных тем курса.	Тестирование
2.	Создание подразделения, отвечающего за продажи.	Организационная структура отдела продаж. Подбор сбытового персонала. Первичное и регулярное обучение продавцов. Принципы организации корпоративного обучения. Система мотивации персонала. Взаимодействие отдела продаж с другими структурными подразделениями компании.	Разработка системы мотивации
3.	Регламентация процессов продаж.	Разработка технологии управления продажами. Необходимая информация для управления продажами. Основные регламентации. Принципы разработки регламентов. Тестирование и интеграция регламентов с другими процессами компании.	Тестирование Системы мотивации
4.	Использование информационных технологий в продажах.	Программное обеспечение, используемое для автоматизации отдела продаж. Ключевые участки процесса продаж, подлежащие автоматизации. Особенности выбора программного обеспечения для компании. Интеграции ПО для управления продажами с другими автоматизированными системами в компании. Отражение в регламентах правил использования автоматизированных систем.	Разработка Регламента продаж
5.	Внедрение технологии управления продажами	Организационное обеспечение процессов. Проведение опытной эксплуатации. Корректировка технологии в процессе эксплуатации. Эволюция технологии в процессе развития компании.	Тестирование Регламента продаж
6.	Управление изменениями в продажах.	Рыночные факторы, влияющие на изменение технологии продаж. Принципы разработки и внедрения изменений в продажах. Изменения в системе мотивации. Изменения в организационной структуре. Изменения в рыночном окружении. Внедрение изменений	Доработка Регламента для использования в информационной системе

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовых работ (проектов) по данной дисциплине не предусмотрено.

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	Занятия лекционного и семинарского типа	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Подготовка эссе, рефератов, курсовых работ.	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4	Интерактивные методы обучения	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

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,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

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,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

Учебный процесс при преподавании дисциплины основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и практическими занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций и иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Технологии организации, планирования и управления продажами».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме тестовых заданий, доклада-презентации по проблемным вопросам, разноуровневых заданий, аналитические задания и **промежуточной аттестации** в форме вопросов и заданий (указать иное) к экзамену.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИПК-1.4 Понимает и использует технологии организации, планирования и управления продажами	знает технологии организации, планирования и управления продажами	Тестирование	Вопрос на экзамене 1-15
2		умеет использовать технологии организации, планирования и управления продажами	Разработка системы мотивации Тестирование Системы Мотивации Разработка Регламента продаж	Вопрос на экзамене 16-28
3		владеет навыками технологий организации, планирования и управления продажами	Тестирование Регламента Продаж Доработка Регламента для использования в информационной системе	Вопрос на экзамене 29-46

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Разбор конкретных ситуаций

Данная форма является одной из эффективных форм, способствующих активизации учебно-познавательной деятельности обучающихся.

Суть метода состоит в следующем, студентам предлагается осмыслить реальную жизненную ситуацию, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы.

Цель: разобрать и проанализировать ситуацию (кейс), провести критический анализ принятых решений, дать мотивированное заключение по поводу представленной ситуации и ее решения.

Задачи:

- иллюстрация типичных ситуаций;
- диагностика содержания деятельности в ситуации, ее моделирование и оптимизация;
- подготовка предсказаний относительно вероятного, потенциального и желательного будущего ситуации;
- построение системы оценок ситуации, ее составляющих, условий, последствий, действующих лиц (аксиологический анализ);
- разработка программ деятельности в данной ситуации;
- развитие аналитического мышления;
- формирование навыков дискутирования и аргументации. Методика проведения:

Организация работы с кейсом содержит следующие этапы организации занятия:

Первый этап - этап погружения в совместную деятельность. Основной задачей этого этапа является формирование мотивации к совместной деятельности, проявление инициатив участников обсуждения. Текст кейса может быть роздан студентам до занятия для самостоятельного изучения и подготовки ответов на вопросы. В начале занятия обнаружива-

ются знание слушателями материала кейса и заинтересованность в обсуждении. Выделяется основная проблема, лежащая в основе кейса, и она соотносится с соответствующим разделом курса.

Второй этап - организация совместной деятельности. Основная задача - организация деятельности по решению проблемы. Деятельность может быть организована в малых группах или индивидуально. Слушатели распределяются по временным малым группам для коллективной подготовки ответов на вопросы в течение определенного преподавателем времени. В каждой малой группе (независимо от других групп) идет сопоставление индивидуальных ответов, их доработка, выработка единой позиции, которая оформляется для презентации. В каждой группе выбирается или назначается «спикер», который будет представлять решение. Спикеры представляют решение группы и отвечают на вопросы (выступления должны содержать анализ ситуации с использованием соответствующих методов из теоретического курса; оценивается как содержательная сторона решения, так и техника презентации и эффективность использования технических средств). Преподаватель организует и направляет общую дискуссию.

Последний этап - анализ и рефлексия совместной деятельности. Основная задача - проявить образовательные и учебные результаты работы с кейсом. Кроме того, на этом этапе анализируется эффективность организации занятия, проявляются проблемы организации совместной деятельности, ставятся задачи для дальнейшей работы. Действия преподавателя могут быть следующими: преподаватель завершает дискуссию, анализируя процесс обсуждения КС и работы всех групп, рассказывает и комментирует действительное развитие событий, подводит итоги.

Примерный перечень заданий по отдельным темам дисциплины:

Кейс «Автомобильный дилер во Владивостоке» Вы с 14 января 2019 года вышли на должность директора по продажам автодилера, который специализируется на работе с автомобилями марок КАМАЗ и «Ока» и находится в городе Владивосток. Цель компании, поставленная перед вами владельцем, постоянно проживающим уже более 10 лет в Новой Зеландии и мало погружающимся в операционные вопросы бизнеса, – обеспечить лидирующие позиции по данным маркам в Приморском крае и (по возможности) в соседних регионах России и мира. Ваша первая задача - к 19 18 января 2019 года предоставить на Совет директоров свои. Какова должна быть оптимальная структура отдела продаж для достижения

поставленной владельцем перед компанией цели? При необходимости опишите, какие дополнительные факторы могут повлиять на Ваше решение.

Кейс «Стены строим, барьеры ломаем»

По итогам активностей Дональда Трампа абсолютно серьезно рассматривается вариант открытия в 2019 году представительства корпорации Microsoft в Северной Корее, а Ваша кандидатура сейчас проходит финальное согласование с представителями руководства КНДР. В силу общеполитической обстановки это будет историческое решение, которое должно в том числе позволить снизить напряженность, которая сейчас существует между США и Северной Кореей.

Основные приоритеты, которые поставлены руководством корпорации Microsoft перед вашим локальным представительством на 2019-2020 годы, это увеличение продаж приставки Xbox (<https://microsoftstore.ru/catalog-xbox/>) (<https://www.microsoft.com/surface/ru-ru/support>). Пожалуйста, аргументированно ответьте на следующие вопросы:

1 Каких продавцов Вы считаете оптимальным набрать в представительство для работы с северокорейским рынком?

2 Где стоит искать таких продавцов?

Рекомендации:

1 В решении данного кейса Вам могут очень помочь Ваши родители, дедушки и

- бабушки. Обязательно покажите им решение данного кейса перед отправкой.
- 2 Обязательно внимательно проверьте все источники информации о текущем положении в Северной Корее, которые найдете в интернете, и, если будете на них опираться, приведите ссылки на них в решении.
- 3 Перед отправкой решения еще раз внимательно подумайте, кто будет покупать продукцию у Вашего представительства.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен/зачет)

Перечень вопросов при промежуточной аттестации (экзамен):

1. Классификация методов и форм продажи.
2. Современные принципы и модели управления продажами.
3. Активные и пассивные приемы продажи. Условия их эффективного применения.
4. Актуальные способы оценки эффективности рекламных аргументов.
5. Визуальные типы покупателей и их экспресс-оценка.
6. Влияние внешнего вида продавца на эффективность продаж.
7. Влияние динамики цен на объемы реализации товаров и услуг.
8. Влияние цвета и запаха на эффективность продажи.
9. Использование IT-технологий продажи. Их положительные и отрицательные стороны.
10. Качество торгового обслуживания и методы его оценки.
11. Классификация возможных целей воздействия на потенциальных покупателей.
12. Классификация основных стадий процесса продажи.
13. Кросс-культурные особенности восприятия рекламных аргументов.
14. Культура торгового обслуживания и методы ее оценки.
15. Методы тестирования структуры личности продавца.
16. Мотивы покупок и условия их проявления.
17. Нематериальное стимулирование трудовой деятельности продавцов
18. Освещение мест продажи и покупательная активность.
19. Основные варианты расчета оптимальных цен и условия их применения.
20. Основные способы устного предложения и условия их применения.
21. Особенности применения метода продажи на дому у покупателей.
22. Особенности применения метода продажи по образцам.
23. Особенности применения метода продажи по предварительным заказам.
24. Особенности применения метода продажи с открытой выкладкой.
25. Особенности применения метода продажи с самообслуживанием.
26. Особенности применения метода продажи через автоматы.
27. Особенности стимулирования труда продавцов разных менталитетных типов.
28. Понятие об «атмосфере торгового зала».
29. Превентивные способы оценки эффективности рекламных аргументов.
30. Принципы проектирования оптимальных систем оплаты труда продавцов.
31. Принципы размещения товаров и услуг в местах их продажи.
32. Принципы составления торгового письма.
33. Принципы формирования интерьера экстерьера мест продажи.
34. Психологические типы покупателей и их визуальные характеристики.
35. Рекламный аргумент: способы его создания и оценка эффективности альтернативных вариантов.
36. Составление сметы затрат на стимулирование сбыта товаров и услуг. Принципы контроля расходов.
37. Способы повышения психологического воздействия цен на поведение покупателей.
38. Способы повышения эффективности видео рекламных и печатных рекламных аргументов.

39. Стадии деловой беседы в процессе продажи товаров и услуг.
40. Структура личности продавца и ее влияние на эффективность его трудовой деятельности.
41. Формы оплаты труда продавцов и их влияние на интенсивность, и качество торгового обслуживания.
42. Характеристика стадии восприятия и ее основные этапы.
43. Характеристика стадии мотивации и ее основные этапы.
44. Цветовые решения интерьера и их влияние на покупательское поведение.
45. Ценовые методы стимулирования сбыта и условия их применения.
46. Экономические и социальные типы покупателей. Особенности работы с ними.

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Критерии оценивания по экзамену
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

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 экзамене;

– 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.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1 Учебная литература

Основная литература:

1. Управление продажами : учебник / под редакцией В. В. Панюковой, О. Н. Жильцовой. — Москва : Центркаталог, 2020. — 208 с. — ISBN 978-5-903268-29-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/161560>.
2. Иванова, Е. А. Управление продажами : учебно-методическое пособие / Е. А. Иванова, В. А. Шлеин. — Москва : РУТ (МИИТ), 2020. — 58 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/175973> (дата обращения: 30.08.2021).
3. Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. — Москва : Дашков и К, 2020. — 280 с. — ISBN 978-5-394-03902-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/229961>

5.2 Дополнительная литература:

1. Джоббер Д., Ланкастер Дж. Продажи и управление продажами
2. Рекхем Н., Раф Р. Управление большими продажами
3. Ален П., Вуттен Дж. Продажи
4. Стюарт Г. Эффективное управление сбытом
5. Джонсон С., Уилсон Л. Одноминутный продавец
6. Ингрэм Т. М., ЛаФорг Р. В., Авила Р. А., Швепкер-мл. Ш. Х., Вильямс М. Р.
7. Профессиональные продажи

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» <http://www.biblioclub.ru/>
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных

1. Scopus <http://www.scopus.com/>
2. ScienceDirect <https://www.sciencedirect.com/>
3. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
4. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
5. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
6. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
7. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
8. База данных CSD Кембриджского центра кристаллографических данных (CCDC) <https://www.ccdc.cam.ac.uk/structures/>
9. Springer Journals: <https://link.springer.com/>

10. **Springer Journals Archive:** <https://link.springer.com/>
11. **Nature Journals:** <https://www.nature.com/>
12. **Springer Nature Protocols and Methods:**
<https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. **Springer Materials:** <http://materials.springer.com/>
14. **Nano Database:** <https://nano.nature.com/>
15. **Springer eBooks (i.e. 2020 eBook collections):** <https://link.springer.com/>
16. **"Лекториум ТВ"** <http://www.lektorium.tv/>
17. **Университетская информационная система РОССИЯ** <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы

1. **Консультант Плюс** - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа

1. **КиберЛенинка** <http://cyberleninka.ru/>;
2. **Американская патентная база данных** <http://www.uspto.gov/patft/>
3. **Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**
<https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
4. **Федеральный портал "Российское образование"** <http://www.edu.ru/>;
5. **Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"** <http://window.edu.ru/>;
6. **Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов** <http://school-collection.edu.ru/> .
7. **Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском"** <https://pushkininstitute.ru/>;
8. **Справочно-информационный портал "Русский язык"** <http://gramota.ru/>;
9. **Служба тематических толковых словарей** <http://www.glossary.ru/>;
10. **Словари и энциклопедии** <http://dic.academic.ru/>;
11. **Образовательный портал "Учеба"** <http://www.ucheba.com/>;
12. **Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы**
http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ

1. **Электронный каталог Научной библиотеки КубГУ**
<http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/Web>
 2. **Электронная библиотека трудов ученых КубГУ**
<http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/UserEntry?Action=ToDb&idb=6>
 3. **Среда модульного динамического обучения** <http://moodle.kubsu.ru>
 4. **База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций** <http://infoneeds.kubsu.ru/>
 5. **Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий** <http://mschool.kubsu.ru/>;
 6. **Электронный архив документов КубГУ** <http://docspace.kubsu.ru/>
 7. **Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ"** <http://icdau.kubsu.ru/>
6. **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Основная цель подготовки к занятиям – усвоение студентом категориального аппарата, умение использования его в каждой теме изучаемой учебной дисциплины. В процессе подготовки к занятиям необходимо кратко законспектировать ответы на вопросы к занятиям, используя лекционный материал и рекомендуемую учебную литературу, а также перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины, выполнить задания. На занятии будет предложена самостоятельная работа по определению понятий, ответам на вопросы. По отдельным темам будет предложено приготовить доклад и защитить презентацию, которые выполняются на основе анализа публикаций отечественных и зарубежных экономистов, с использованием перечня представленных интернет-ресурсов основной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), а также учитываются работы студентов со статистическими данными www.consultant.ru. Это научное исследование защищается студентом и является одним из составляющих элементов текущего контроля по предмету. Вторым составляющим является успешное прохождение тестирования по темам дисциплины. Также учитывается посещаемость студентов и их работа при устных ответах на практических занятиях.

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.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-об-	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

	разовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
«Технологии организации, планирования и управления продажами»
Аведисян Н.Н. для подготовки
бакалавров направления 27.03.05 «Инноватика»,
профиль «Управление инновационными проектами и трансфер
технологий»

Представленная рабочая программа по дисциплине «Технологии организации, планирования и управления продажами» направлена на изучение основных функций и инструментов продаж как специфической функции управления, его социально-экономических предпосылках, истории возникновения и эволюции, особенностях организации продаж на предприятиях, общих и специфических элементах внешней среды продаж, методам организации, и управления эффективными продажами на предприятиях. Для успешной реализации целей и задач изучения дисциплины в рабочей программе представлены основные требования по формированию определенных профессиональных компетенций бакалавра, разработанных на основе ФГОС ВО.

Структура и содержание дисциплины содержат необходимые сведения об объемах аудиторной и самостоятельной подготовки студентов, формах промежуточного и текущего контроля, темах, разбираемых на лекциях и семинарах.

Рабочая программа дисциплины «Технологии организации, планирования и управления продажами» Аведисян Н.Н. подготовлена в полном соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом.

Для разработки рабочей программы использовались различные литературные и периодические издания, относящиеся к исследованию управления продажами, что плодотворно повлияло на качество представленной рабочей программы. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Технологии организации, планирования и управления продажами» содержит перечень основной литературы, дополнительной литературы, программного обеспечения и Интернет-ресурсы.

Рабочая программа дисциплины «Технологии организации, планирования и управления продажами» логически выстроена, хорошо структурирована. Также следует отметить, что перечень представленной тематики позволяет сформировать у студентов способности проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы исследования, а также разрабатывать программы организационного развития изменений и обеспечивать их реализацию.

Рабочая программа соответствует всем требованиям и имеет все необходимые структурные элементы, и может быть рекомендована для использования в учебном процессе.

М.П.
кандидат технических наук,
начальник отдела инноваций
ПАО «Россети Кубань»


Б.С. Литаш

