

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"**

Кафедра маркетинга

Авторы-составители: **Новикова Ксения Владимировна
Антинескул Екатерина Александровна
Пьянков Виталий Владимирович
Лекомцева Александра Александровна**

Рабочая программа дисциплины

СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА В КОМПЛЕКСЕ МАРКЕТИНГА

Код УМК 91798

Утверждено
Протокол №10
от «03» июня 2020 г.

Пермь, 2020

1. Наименование дисциплины

Сбытовая политика в комплексе маркетинга

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в Блок « М.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **38.04.02** Менеджмент

направленность Инновационные маркетинговые технологии

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Сбытовая политика в комплексе маркетинга** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

38.04.02 Менеджмент (направленность : Инновационные маркетинговые технологии)

ПК.2 обладать способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	38.04.02 Менеджмент (направленность: Инновационные маркетинговые технологии)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	5
Объем дисциплины (з.е.)	3
Объем дисциплины (ак.час.)	108
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	36
Проведение практических занятий, семинаров	36
Самостоятельная работа (ак.час.)	72
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (2)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (5 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

«Сбытовая политика в комплексе маркетинга»

Входной контроль

Проверка знаний основных понятий, методов сбытовой политики из курса дисциплины Маркетинг

Ссылка на материал к входному контролю: https://yadi.sk/i/ebI_SSSliQHIVQ

1. Сбытовая деятельность фирмы

Лекции

Место сбытовой деятельности в бизнес-модели фирмы, функции сбыта, содержание сбытовой деятельности, цели, задачи, сущность продаж, понятие сбытовой стратегии, классификация сбытовых стратегий, обоснование выбора стратегии продаж, сбыт как функция маркетинга, сбытовая и маркетинговая концепция фирмы, обоснование использования посредников в канале сбыта, классификация посредников, вертикальные маркетинговые системы.

Ссылка на презентацию к теме 1: <https://yadi.sk/i/1RxYdTagTOkxSw>

Практические занятия/семинары

Объекты для обсуждения: Цели, задачи и функции сбыта. Комплексная методика создания логистической сбытовой цепи, сущность сбытовой политики, виды и формы. Виды каналов и их структура. Сбытовой маркетинг. Каналы распределения. Прямой канал распределения. Уровень канала распределения. Вертикальные каналы распределения.

Ссылка на презентацию к теме 1: <https://yadi.sk/i/cxPgVJw9fs-THQ>

Самостоятельная работа студента

Тестирование студентов.

Ссылка на материал к теме 1: <https://yadi.sk/i/dPtvQe11pngvgw>

2. Организация отдела продаж на фирме

Лекции

Типы организации отдела продаж на фирме: организация службы сбыта по территориальному признаку; организация службы сбыта по продукт-портфолио; функциональная организация службы сбыта; сегментно-клиентская организация службы сбыта; смешанные формы организации службы сбыта, особенности процесса создания отдела продаж на предприятии, сущность, место отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями фирмы, уровни взаимодействия отделов продаж и маркетинга на фирме, методы поиска, найма, обучения торгового персонала.

Ссылка на презентацию к теме 2: <https://yadi.sk/i/FZ8iH7Jlxio1cA>

Практические занятия/семинары

Объекты для обсуждения: Сбытовой процесс. Логистическая система. Запасы. Страховой запас. Управление системой распределения.

Самостоятельная работа студента

Выполнение контрольной точки студентом.

Ссылка на презентацию к теме 2: <https://yadi.sk/i/qQGStHFQBvoSAQ>

3. Планирование и реализация

Лекции

Особенности разработки плана сбыта: сбытовые территории и другие формы ответственности торгового

персонала, сбытовые квоты и планы продаж, реализация плана сбыта предприятия: организация работы торгового персонала, методы оценки работы торгового персонала, методы мотивации торгового персонала.

Ссылка на презентацию к теме 3: <https://yadi.sk/i/-AOPKq-Hgoxa6w>

Практические занятия/семинары

Объекты для обсуждения: Эффективная ценовая стратегия, продажи. Спираль эффективности стимулирования сбыта. Каскад цен. Ценовая прогрессия. Финансовый результат

Решение кейса "Совершенствование сбытовой политики на ООО «Куединский мясокомбинат».

Ссылка на презентацию к теме 3: <https://yadi.sk/i/zMxRqvvs9SsJew>

Самостоятельная работа студента

Решение теста по теме "Планирование и реализация сбытовой деятельности"

Ссылка на материал к теме 3: <https://yadi.sk/d/NX27EwdgtZpSUw>

4. Управление взаимодействием

Лекции

Инструменты сбытовой политики фирмы в области сотрудничества со сбытовыми каналами: элементы сбытовой политики в области сотрудничества с посредниками (организация поиска, привлечения и послепродажного обслуживания клиентов, составление коммерческих предложений, техника продаж и проведение переговоров); элементы сбытовой политики в области коммерческих условий сопровождения сделок (ценообразование, условия платежа, финансовая поддержка клиентов); элементы сбытовой политики в области коммерческой логистики, особенности взаимодействия с посредниками в канале распределения исходя из типа реализуемой фирмой сбытовой стратегии, Account management – управление партнерством с клиентурой фирмы, организация совместных с посредниками маркетинговых мероприятий и послепродажного обслуживания.

Ссылка на презентацию к теме 4: <https://yadi.sk/i/MweGUt3UUJoljw>

Практические занятия/семинары

Объекты для обсуждения: решение кейса "Переквалификация мехового бизнеса", Аутсорсинг. Системы распределения продукции. Посредники. Модели выбора посредников.

Ссылка на презентацию к теме 4: <https://yadi.sk/i/eoX77kUMBBafng>

Ссылка на материал к теме 4: <https://yadi.sk/i/3RvDTwB0ACCMlw>

Самостоятельная работа студента

Решение теста по теме "Управление взаимодействием со сбытовыми каналами".

Ссылка на материал к теме 4: <https://yadi.sk/i/AsGbNlMq7J415g>

5. Торговый маркетинг

Лекции

Специфика и природа розничной торговли, сущность, цели, задачи и содержание маркетинга розничной торговли, комплекс маркетинга предприятия розничной торговли, определение целевого рынка розничной торговой фирмы, выбор местоположения предприятия розничной торговли, формирование ассортимента и определение комплекса услуг, предлагаемых розничным торговым предприятием, мерчандайзинг как основная технология продвижения в розничной торговле, стратегия розничной фирмы в области ценообразования, классификация торговых розничных предприятий.

Ссылка на презентацию к теме 5: <https://yadi.sk/i/WLXR0VJHaOvuRA>

Практические занятия/семинары

Объекты для обсуждения: Распределение. Канал. Логистическая цепь. Маркетинг. Сбытовой маркетинг. Каналы распределения. Прямой канал распределения. Уровень канала распределения. Вертикальные каналы распределения.

Ссылка на презентацию к теме 5: <https://yadi.sk/i/QysCkW-4MeLZAQ>

Самостоятельная работа студента

Работа над итоговым проектом.

Ссылка на материал к теме 5: <https://yadi.sk/i/fhQCoT6xyD-r5g>

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторные занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

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

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/87620>

Дополнительная:

1. Захарова, Ю. А. Стратегии продвижения товаров / Ю. А. Захарова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 158 с. — ISBN 978-5-394-04006-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/99370.html?replacement=1>

2. Терещенко В. М. Маркетинг: новые технологии в России/Гл. ред. Е. Строганова.-СПб.:Питер,2004, ISBN 5-94723-769-5.-416.

3. Есикова, И. В. Сетевой сбыт. Как организовать глобальную дистрибьюторскую сеть / И. В. Есикова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 198 с. — ISBN 978-5-394-01193-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/75198.html>

4. Есикова, И. В. Телефонный маркетинг, или Продажи не выходя из офиса / И. В. Есикова, М. А. Шарыпкина. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 198 с. — ISBN 978-5-394-01236-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/75197.html>

5. Чеботаев А. А.,Чеботаев Д. А. Логистика и маркетинг (Маркетологистика):учебное пособие для вузов/А. А. Чеботаев, Д. А. Чеботаев.-Москва:Экономика,2005, ISBN 5-282-02422-5.-247.-Библиогр.: с. 243-245

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

www.marketcenter.ru Система ММЦ

www.sostav.ru Портал о рекламе и маркетинге

www.cfin.ru Портал о менеджменте и маркетинге

www.marketing.spb.ru Энциклопедия маркетинга

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

Образовательный процесс по дисциплине **Сбытовая политика в комплексе маркетинга** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

1. Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
2. Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
3. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
4. Офисный пакет приложений;
5. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
6. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель);
7. Программа для просмотра интернет контента (браузер);
8. Облачные сервисы, размещенные в сети Интернет в свободном доступе и не требующие лицензионной платы: Trello.com, ZOOM//jitsi, GoogleDocs;
9. Редактор файлов от Яндекс.Диск, Google;
10. Социальные сети: VK/Facebook/Instagram/YouTube.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (**student.psu.ru**).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

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

1. Занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
2. Самостоятельная работа - аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.
3. Текущий контроль - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
4. Лекционные занятия - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

доской.

5. Индивидуальные и групповые консультации - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

В случае инклюзивного обучения занятия будут проводиться в корпусе 8, имеющем пандус, лифт.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Сбытовая политика в комплексе маркетинга**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции и
критерии их оценивания**

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.2 обладать способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<p>Знает методологию создания организационной структуры коммерческой дирекции или отдела сбыта, выбирает посредников. Умеет обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p>	<p style="text-align: center;">Неудовлетворитель Не знает и не умеет создавать организационную структуру коммерческой дирекции или отдела сбыта, выбирать посредников; обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p> <p style="text-align: center;">Удовлетворительн Демонстрирует частично знания и умения создавать организационную структуру коммерческой дирекции или отдела сбыта, выбирать посредников; обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p> <p style="text-align: center;">Хорошо Знает и умеет, допуская ошибки, создавать организационную структуру коммерческой дирекции или отдела сбыта, выбирать посредников; обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p> <p style="text-align: center;">Отлично Знает и умеет создавать организационную структуру коммерческой дирекции или отдела сбыта, выбирать посредников; обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 45 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 45 балла

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Входной контроль Входное тестирование	Знать место сбытовой деятельности в бизнес-модели фирмы.
ПК.2 обладать способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	3. Планирование и реализация Письменное контрольное мероприятие	- знать методологию планирования сбытовой деятельности компании.
ПК.2 обладать способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	4. Управление взаимодействием Письменное контрольное мероприятие	- знать методы выстраивания взаимоотношений с партнерами и клиентами компании;- знать методы создания организационной структуры коммерческой дирекции или отдела сбыта, выбирать посредников.
ПК.2 обладать способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	5. Торговый маркетинг Итоговое контрольное мероприятие	- уметь обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания.

Спецификация мероприятий текущего контроля

Входной контроль

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	6
61-80 правильных ответов	5
41-60 правильных ответов	3
менее 41% правильных ответов	2

3. Планирование и реализация

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
45-60% правильных ответов	17
41-45% правильных ответов	14
менее 41% правильных ответов	13

4. Управление взаимодействием

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-70% правильных ответов	23
45-60% правильных ответов	17
41-45% правильных ответов	14
менее 41% правильных ответов	13

5. Торговый маркетинг

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
Структурное изложение изучаемого вопроса (1 глава)	4

Содержательность материала (1 глава)	4
Наличие экономического обоснования предложений	4
Личное участие в работе предприятия	4
Обозначение причинно-следственных связей проблем и результатов деятельности предприятия (2 глава)	4
Наличие результатов анализа проблемного вопроса - развернутая аналитическая записка (не менее 3 стр.) (2 глава)	4
Оформление (Защита)	4
Корректность выборки предложений по решению обозначенных проблем (2 глава)	4
Актуальность рассматриваемого вопроса (1 глава)	2
Длительность (Защита)	2
Эмоциональность (Защита)	2
Простота и понятность (Защита)	2