Подписано электронной подписью:
Вержицкий Данил Григорьевич
Должность: Директор КГПИ КемГУ
Дата и время: 2025-04-23 00:00:00
471086fad29a3b30e244c728abc3661ab35c9d50210dcf0e75e03a5b6fdf6436

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Кузбасский гуманитарно-педагогический институт
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Кемеровский государственный университет»

Факультет информатики, математики и экономики

УТВЕРЖДАЮ
Декан ФИМЭ
А.В.Фомина
«8» февраля 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

К.М.08.04 «Управление продажами»

(код и название дисциплины по учебному плану)

Направление

38.03.02 Менеджмент

(шифр, название направления)

Профиль подготовки
«Производственный менеджмент»
(*название профиля*)

Программа бакалавриата

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная, очно-заочная

год набора 2022

Новокузнецк 2024

Содержание

1 Цель дисциплины 3
1.1 Формируемые компетенции 3
1.2 Дескрипторные характеристики компетенций 3
2. Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации 4
3. Учебно-тематический план и содержание дисциплины 5
3. 2 Содержание дисциплины 6
4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации 8
5.1 Учебная литература 10
5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины 10
6 Иные сведения и (или) материалы. 12
6.1 Материалы для текущей аттестации 12
6.2 Примерные вопросы и задания / задачи для промежуточной аттестации 12

1 Цель дисциплины

Формирование у будущего менеджера представлений о принципах и методах, методиках практического формирования и установления цены на товары, работы, услуги в рыночных условиях различными хозяйствующими субъектами.

В результате освоения данной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы компетенции основной профессиональной образовательной программы прикладного бакалавриата (далее - ОПОП): ПК– 2.

Содержание компетенций как планируемых результатов обучения по дисциплине см. таблицы 1

1.1 Формируемые компетенции

Таблица 1 - Формируемые дисциплиной компетенции

Наименование вида компетенции	Наименование категории (группы) компетенций	Код и название компетенции	
Профессиональная	-	ПК-2	Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать системы логистики, распределения (дистрибуции), сбытовую и ценовую политику в организации

1.2 Дескрипторные характеристики компетенций

Таблица 2 – Дескрипторные характеристики компетенций**,** формируемых дисциплиной

Код и название компетенции	Индикаторы достижения компетенции, закрепленные за дисциплиной	Дисциплины и практики, формирующие компетенцию по ОПОП
ПК-2 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать системы логистики, распределения (дистрибуции), сбытовую и ценовую политику в организации	ПК-2.1 Осуществляет разработку, внедрение и совершенствование системы логистики и распределения (дистрибуции) в организации ПК-2.2 Способен разрабатывать и внедрять сбытовую и ценовую политику в организации	К.М.08 Управление системой логистики, распределения и ценообразованием в организации К.М.08.01 Ценообразование на предприятии К**.М.08.02 Логистика** К.М.08.03 Управление затратами в организации К.М.08.04 Управление продажами К.М.11 Государственная итоговая аттестация К.М.11.01(Пд) Преддипломная практика К.М.11.02(Д) Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

1.3 Знания, умения, навыки (ЗУВ) по дисциплине

Таблица 3 – Знания, умения, навыки, формируемые дисциплиной

Код и название компетенции	Индикаторы достижения компетенции, закрепленные за дисциплиной	Знания, умения, навыки (ЗУВ), формируемые дисциплиной
ПК-2 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать системы логистики, распределения (дистрибуции), сбытовую и ценовую политику в организации	ПК-2.2 Способен разрабатывать и внедрять сбытовую и ценовую политику в организации ПК-2.1 Осуществляет разработку, внедрение и совершенствование системы логистики и распределения (дистрибуции) в организации	**Знать:** – основные принципы управления продажами; – сущность и содержание сбытовой политики организации. **Уметь:** – разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему сбыта и распределения в организации. **Владеть:** – навыками координации предпринимательской деятельности в сфере управления продажами.

2. Объём и трудоёмкость дисциплины по видам учебных занятий. Формы промежуточной аттестации

Таблица 4 – Объем и трудоемкость дисциплины по видам учебных занятий/

Общая трудоемкость и виды учебной работы по дисциплине, проводимые в разных формах	Объём часов по формам обучения	
	ОФО	ОЗФО
1 Общая трудоемкость дисциплины	**108**	**108**
2 Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	46	38
Аудиторная работа (всего):	46	38
в том числе:		
лекции	16	14
практические занятия, семинары	30	24
практикумы		
Внеаудиторная работа (всего):	62	70
в том числе, индивидуальная работа обучающихся с преподавателем		
подготовка курсовой работы /контактная работа[1]		
групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем)		
творческая работа (эссе)		
3 Самостоятельная работа обучающихся (всего)	62	70
4 Промежуточная аттестация обучающегося -**зачет**		

3. Учебно-тематический план и содержание дисциплины

3.1 Учебно-тематический план

Таблица 5 - Учебно-тематический план

№ п/п	Раздел Дисциплины	Общая трудоёмкость (часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				
			Учебная работа			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	лекции	лабораторные	Практика		
для очной формы обучения							
1	Место сбытовой деятельности в бизнес-модели фирмы	10	2	-	2	6	Устный опрос
2	Планирование и реализация сбытовойдеятельности	10	2		2	6	Устный опрос, доклады
3	Моделирование в сбытовой деятельности фирмы	14	2		2	10	Устный опрос
4	Исследование рынка и позиционирование в конкурентной среде	14	2		2	10	Устный опрос
5	Организация отдела продаж на фирме	14	2		2	10	Письменная работа, устный опрос
6	Характеристика и технологии розничной торговли. Мерчандайзинг как методика продажи товара в магазине	14	2		2	10	Письменная работа, устный опрос
7	Экономические показатели деятельности и налогообложение розничных фирм	14	2		2	10	Письменная работа, устный опрос
8	Рынок интернет-продаж. Продвижение товаров и услуг в интернете	18	2		2	14	Доклады, устный опрос.
	Форма промежуточного контроля						Примерный перечень вопросов к зачету
Итого		**108**	**16**		**30**	**62**	

Для очно - заочной формы обучения

№ п/п	Раздел Дисциплины	Общая трудоём-	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)

			Учебная работа			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	лекции	Практика	лабораторные		
1	Место сбытовой деятельности в бизнес-модели фирмы	10	1	2		7	Контрольная работа
2	Планирование и реализация сбытовой деятельности	12	1	2		9	
3	Моделирование в сбытовой деятельности фирмы	12	2	4		6	
4	Исследование рынка и позиционирование в конкурентной среде	12	2	4		6	
5	Организация отдела продаж в организации	14	2	4		8	
6	Характеристика и технологии розничной торговли. Мерчандайзинг как методика продажи товара в магазине	14	2	4		8	
7	Экономические показатели деятельности и налогообложение розничных фирм	16	2	2		12	
8	Рынок интернет-продаж. Продвижение товаров и услуг в интернете	18	2	2		14	
	зачет						
Итого		**108**	**14**	**24**		**70**	

3. 2 Ссодержание дисциплины

Таблица 7 – Содержание дисциплины

№	Наименование раздела, тем дисциплины	Содержание занятия
		Лекционные занятия
1	Место сбытовой деятельности в бизнес-модели фирмы	Содержание сбытовой деятельности: функции сбыта, цели, задачи, сущность продаж. Понятие и классификация сбытовых стратегий, обоснование выбора стратегии продаж. Сбытовая и маркетинговая концепция фирмы. Концепция управления продажами. Account management - управление партнерством с клиентурой фирмы
2	Планирование и реализация сбытовой деятельности	Особенности разработки плана сбыта. Организация работы торгового персонала и оценка его работы. Методы мотивации торгового персонала.

3	Моделирование в сбытовой деятельности фирмы	Моделирование как способ экспериментального исследования. Понятие модели, классификация, цели и принципы моделирования. Этапы построения моделей. Математическое моделирование сбытовой деятельности. Предпосылки, этапы, требования к статистической информации. Информационные технологии в практике формирования и реализации сбытовой деятельности.
4	Исследование рынка и позиционирование в конкурентной среде	Понятие, принципы и методы исследования в системе продаж. Оценка факторов рыночной среды. Особенности проведения маркетинговых исследований в сфере продаж. Стратегии позиционирования. Выбор целевого сегмента.
5	Организация отдела продаж на фирме	Концептуальные модели управления в сфере продаж.. Типы организации отдела продаж на фирме. Сущность, место отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями фирмы.
6	Характеристика и технологии розничной торговли. Мерчандайзинг как методика продажи товара в магазине	Сетевая торговля и технологии розничной торговли. Франчайзинг. Способы и формы осуществления торговой деятельности. Виды торговых объектов. Развитие собственных торговых марок. Концепция мерчандайзинга в розничной торговле: цель, задачи, правила. Визуальный мерчандайзинг. Товарный мерчандайзинг
7	Экономические показатели деятельности и налогообложение розничных фирм	Прибыль и рентабельность торговых организаций. Ценовые стратегии. Налогообложение розничных фирм. Упрощенная система налогообложения и система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности
8	Рынок интернет-продаж. Продвижение товаров и услуг в интернете	Интернет как новый канал сбыта. Модели осуществления покупок в интернете. Особенности организации продающих сайтов. Компоненты современного сайта. Поисковая оптимизация. Обеспечение безопасности для покупок в интернете и платежные системы. Сбор статистики и ключевые показатели эффективности. Товарные рекомендации. Реклама в интернете. Мобильные приложения как способ организации продаж. Роль посредников в привлечении интернет-покупателей. Рассылка электронных писем, блоги и социальные сети как способ организации продаж.
Практические занятия		
№	**Наименование раздела, тем дисциплины**	**Содержание занятия**
1	Место сбытовой деятельности в бизнес-модели фирмы	Устный опрос по темам: Концепция управления продажами. Account management - управление партнерством с клиентурой фирмы.
2	Планирование и реализация сбытовой деятельности	Устный опрос, доклады. УО по темам: Особенности разработки плана сбыта. Организация работы торгового персонала и оценка его работы. Методы мотивации торгового персонала
3	Моделирование в сбытовой деятельности фирмы	Устный опрос по темем6 Моделирование как способ экспериментального исследования. Понятие модели, классификация, цели и принципы моделирования. Этапы построения моделей. Проектирование модели сбыта фирмы.
4	Исследование рынка и позиционирование в конкурентной среде	Устный опрос по темам.
5	Организация отдела продаж	Письменная работа по теме Типы организации отдела про-

	на фирме	даж на фирме, устный опрос.
6	Характеристика и технологии розничной торговли. Мерчандайзинг как методика продажи товара в магазине	Письменная работа, устный опрос по теме. Деловая игра «Презентация товара». Анализ основных составляющих процесса презентации.
7	Экономические показатели деятельности и налогообложение розничных фирм	Письменная работа по теме, Прибыль и рентабельность торговых организаций. Ценовые стратегии. Налогообложение розничных фирм. Устный опрос
8	Рынок интернет-продаж. Продвижение товаров и услуг в интернете	Доклады, устный опрос по темам: Интернет как новый канал сбыта. Модели осуществления покупок в интернете. Особенности организации продающих сайтов. Компоненты современного сайта. Поисковая оптимизация. Обеспечение безопасности для покупок в интернете и платежные системы. Разработка системы сбыта посредством интернета.

4 Порядок оценивания успеваемости и сформированности компетенций обучающегося в текущей и промежуточной аттестации

Для положительной оценки по результатам освоения дисциплины обучающемуся необходимо выполнить все установленные виды учебной работы. Оценка результатов работы обучающегося в баллах (по видам) приведена в таблице 8.

Таблица 8 - Шкала и показатели оценивания результатов учебной работы обучающихся по видам в балльно-рейтинговой системе (БРС)

Учебная работа (виды)	Сумма баллов	Виды и результаты учебной работы	Оценка в аттестации	Баллы (16 недель)
Текущая учебная работа ОФО				
ОФО Текущая учебная работа в семестре (посещение занятий по расписанию и выполнение заданий)	**80** (100% /баллов приведенной шкалы)	Лекционные занятия	**0,5 балла** посещение 1 лекционного занятия	4
		Практические занятия		
		Тема 1	Устный опрос, практические работы, решение кейсов	5-10
		Тема 2	Устный опрос, решение кейсов	5-10
		Тема 3	Устный опрос, тестирование	5-10
		Тема 4	Устный опрос, решение кейсов, тестирование	5-10
		Тема 5	Устный опрос, решение кейсов	5-10
		Тема 6	Устный опрос, решение кейсов	4-8
		Тема 7	Устный опрос, решение кейсов	5-8
		Тема 8	Устный опрос, решение кейсов	5-8
		Тема 9	Устный опрос, решение кейсов	5-8

		Тема 10	Устный опрос, решение кейсов	5-8
		Тема 11	Устный опрос, практические работы, решение кейсов	1-10
Текущая учебная работа ЗФО				
ЗФО Текущая учебная работа в семестре (выполнение самостоятельных конспектов, контрольной работы и теста)	60 (100% /баллов приведенной шкалы)	Конспекты тем, выносимых на самостоятельное изучение- 6 тем (рукописные).	**2 балла** за частичное раскрытие темы **3 балла** за более полное раскрытие темы **4 балла** за полное раскрытие темы	12-24
		Контрольная работа по курсу	**За одно задание от 4 до 8:** **4 балла** (выполнено частично с ошибками) **6 баллов** (выполнено с недочетами) **8 баллов** (выполнено полностью верно)	24-48
		Итоговый тест	**15-19 балла** (51 - 65% правильных ответов) **20-25 баллов** (66 - 84% правильных ответов) **26-30 баллов** (85 - 100% правильных ответов)	15-30
			Итого по текущей работе в семестре	**51 - 100**
Промежуточная аттестация				
Промежуточная аттестация (экзамен)	**40** (100% /баллов приведенной шкалы)	Вопрос 1.	**5 баллов** (пороговое значение) **10 баллов** (максимальное значение)	9 - 18
		Вопрос 2.	**5 баллов** (пороговое значение) **10 баллов** (максимальное значение)	11 – 22
			Итого по промежуточной аттестации (экзамен)	20-40
Суммарная оценка по дисциплине: Сумма баллов текущей и промежуточной аттестации 51 – 100 б.				

Итоговая оценка выставляется в ведомость согласно следующему правилу (таблица 9):

Таблица 9. - Оценка уровня сформированности компетенций в промежуточной аттестации

Критерии оценивания компетенции	**Уровень сформированности компетенции**	**Итоговая оценка**		**Оценка по 100-балльной шкале**
		Экзамен /зачет с оценкой	**зачет**	
Обучающийся не владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, демонстрирует отрывочные знания, не способен решать практические профессиональные задачи, допускает множественные существенные ошибки в ответах, не умеет интерпретировать результаты и делать выводы.	первый	Неудовлетворительно (2)	Не зачтено	Менее 51 балла
Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, фрагментарно способен решать практические профессиональные задачи, допускает несколько существенных ошибок решениях, может частично интерпретировать полученные результаты, допускает ошибки в выводах.	пороговый	Удовлетворительно (3)	Зачтено	51-65
Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, грамотно излагает материал, способен решать практические профессиональные задачи, но допускает отдельные несущественные ошибки в интерпретации результатов и выводах.	повышенный	Хорошо (4)		66-85

Обучающийся в полной мере владеет теоретическими основами дисциплины и научной терминологией, грамотно излагает материал, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических профессиональных задач. Правильно интерпретирует полученные результаты и делает обоснованные выводы.	продвинутый	Отлично (5)		86-100

В промежуточной аттестации оценка выставляется в ведомость в 100-балльной шкале и в буквенном эквиваленте (таблица 10)

Таблица 10 – Соотнесение 100-балльной шкалы и буквенного эквивалента оценки

Сумма набранных баллов	Уровни освоения дисциплины и компетенций	*Экзамен*		*Зачет*
		Оценка	*Буквенный эквивалент*	*Буквенный эквивалент*
86 - 100	Продвинутый	5	отлично	Зачтено
66 - 85	Повышенный	4	хорошо	
51 - 65	Пороговый	3	удовлетворительно	
0 - 50	Первый	2	неудовлетворительно	Не зачтено

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

5.1 Учебная литература

Основная литература

1. **Управление продажами**: учебник / под общ. ред. проф. С.В. Земляк. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 300 с. – режим доступа: https://znanium.com/catalog/document?pid=1019525. ISBN 978-5-9558-0531-3
2. Голова А.Г. **Управление продажами**: Учебник / Голова А.Г. - М.: Дашков и К, 2020. - 278с. – режим доступа: https://znanium.com/catalog/document?id=358535. ISBN 978-5-394-03902-7

Дополнительная литература

1. Кузнецов, И.Н. Управление продажами: Учебно-практическое пособие / И.Н. Кузнецов. - М.: Дашков и К, 2016. - 492 с.
2. Синяева, И. М. Маркетинг: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018 - 495 с.
3. Ильин, В. И. Социология потребления: учебник для академического бакалавриата / В. И. Ильин. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018 - 455 с.
4. Джоббер Д. Продажи и управление продажами. - [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для вузов / Д. Джоббер, Дж. Ланкастер. - М: ЮНИТИ-ДАНА, 2015 - [http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114548]
5. Коммерческая деятельность: учебник для бакалавров / Синяева И.М., Романенкова О.Н., Земляк С.В., Синяев В.В.- М.: Издательство Юрайт, 2014 - 506 с.

5.2 Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Учебные занятия по дисциплине проводятся в учебных аудиториях КГПИ КемГУ:

Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом
402 Учебная аудитория (мультимедийная) для проведения: - занятий лекционного типа. **Специализированная (учебная) мебель:** доска меловая, кафедра, столы, стулья. **Оборудование:** *стационарное* – компьютер, проектор, акустическая система, доска интерактивная. **Используемое программное обеспечение:** MSWindows (MicrosoftImaginePremium 3 year по сублицензионному договору № 1212/КМР от 12.12.2018 г. до 12.12.2021 г.), LibreOffice (свободно распространяемое ПО), Яндекс.Браузер (отечественное свободно распространяемое ПО), ПО интерактивной доскиSmartNotebook (ключ лицензии по серийному номеру оборудования). **Интернет с обеспечением доступа в ЭИОС.**	654079, Кемеровская область, г. Новокузнецк, пр-кт Металлургов, д. 19
509 Лаборатория экономического анализа и бизнес-проектирования Учебная аудитория (мультимедийная) для проведения: - занятий семинарского (практического) типа; - групповых и индивидуальных консультаций; - текущего контроля и промежуточной аттестации. **Специализированная (учебная) мебель:** доска меловая, кафедра, столы, стулья, **Оборудование для презентации учебного материала:** *стационарное* - компьютер преподавателя, экран, проектор. **Лабораторное оборудование:** *стационарное* - компьютеры для обучающихся (18 шт.). **Используемое программное обеспечение:** MSWindows (MicrosoftImaginePremium 3 year по сублицензионному договору № 1212/КМР от 12.12.2018 г. до 12.12.2021 г.), Яндекс.Браузер (отечественное свободно распространяемое ПО), Firefox 14 (свободно распространяемое ПО), Opera 12 (свободно распространяемое ПО),LibreOffice (свободно распространяемое ПО), FoxitReader (свободно распространяемое ПО), OpenProject (бесплатная версия), Консультант Плюс (отечественное ПО, договор об инфо поддержке 1.04.2007). **Интернет с обеспечением доступа в ЭИОС.**	654079, Кемеровская область, г. Новокузнецк, пр-кт Металлургов, д. 19

5.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

1 Официальный сайт Росстата www.gks.ru
2 База данных исследовательской компании CRG (CapitalResearchGroup), входящей в холдинг "Names" - www.crg.li
3 http://www.budgetrf.ru - Мониторинг экономических показателей;

4 http://www.businesspress.ru - Деловая пресса;

6 Иные сведения и (или) материалы.

6.1 Материалы для текущей аттестации

Темы докладов, рефератов, контрольных работ для ЗО

1 Особенности продаж на промышленном и розничном рынках.
2 Управление продажами и факторы рыночной среды.
3 Процесс управления продажами в системе маркетинга.
4 Место продаж в маркетинговом плане предприятия
5 Назначение и характеристики квот продаж.
6 Субъективные (качественные) и объективные (количественные) методы прогнозирования продаж.
9 Бюджет продаж и его оценка.
10 Организация продаж ключевым клиентам предприятия. Продажи на основе взаимоотношений.
11 Управление формированием и взаимодействием с клиентской базой.
12 Назначение партнерской сети и принципы управления ей.
13 Организационная культура товарных продаж.
14 Этика торгового персонала и этикет в торговых отношениях.
15 Мотивация как важнейший компонент успешной продажи.
16 Социально-психологические аспекты продаж.
17 Стрессы при продажах, пути их преодоления.
18 Электронная коммерция как инновационная форма организации продаж.
19 Бизнес-модели электронных продаж.
20 Основные методы организации розничных продаж в сети Интернет.
21 Методы продажи товаров на основе принципов и технологий мерчандайзинга.
22 Особенности расположения отдела организационной структуре дистрибьютора-поставщика.
23 Мерчандайзинговый подход к управлению товарными категориями.
24Мерчандайзинг и категорийный менеджмент

6.2 Примерные вопросы и задания / задачи для промежуточной аттестации

Таблица 11 - Примерные теоретические вопросы и практические задания / задачи к зачету

Разделы и темы	Примерные теоретические вопросы
Место сбытовой деятельности в бизнес-модели фирмы	1. Содержание сбытовой деятельности: функции сбыта, цели, задачи, сущность продаж. 2. Понятие и классификация сбытовых стратегий, обоснование выбора стратегии продаж. 3. Сбытовая и маркетинговая концепция фирмы. 4. Концепция управления продажами. Account management - управление партнерством с клиентурой фирмы
Планирование и реализация сбытовой деятельности	5. Особенности разработки плана сбыта. 6. Организация работы торгового персонала и оценка его работы. 7. Методы мотивации торгового персонала.
Моделирование в сбытовой деятельности фирмы	8. Моделирование как способ экспериментального исследования. 9. Понятие модели, классификация, цели и принципы моделирования. 10. Этапы построения моделей. 11. Математическое моделирование сбытовой деятельности. 12. Предпосылки, этапы, требования к статистической информации. 13. Информационные технологии в практике формирования и реа-

	лизации сбытовой деятельности.
Исследование рынка и позиционирование в конкурентной среде	14. Понятие, принципы и методы исследования в системе продаж. 15. Оценка факторов рыночной среды. 16. Особенности проведения маркетинговых исследований в сфере продаж. 17. Стратегии позиционирования. Выбор целевого сегмента.
Организация отдела продаж на фирме	18. Концептуальные модели управления в сфере продаж.. Типы организации отдела продаж на фирме. 19. Сущность, место отдела продаж и специфика его взаимодействия с подразделениями фирмы.
Характеристика и технологии розничной торговли. Мерчандайзинг как методика продажи товара в магазине	20. Сетевая торговля и технологии розничной торговли. 21. Франчайзинг. 22. Способы и формы осуществления торговой деятельности. 23. Виды торговых объектов. 24. Развитие собственных торговых марок 25. . Концепция мерчандайзинга в розничной торговле: цель, задачи, правила. 26. Визуальный мерчандайзинг. 27. Товарный мерчандайзинг
Экономические показатели деятельности и налогообложение розничных фирм	28. Прибыль и рентабельность торговых организаций. 29. Ценовые стратегии. 30. Налогообложение розничных фирм. 31. Упрощенная система налогообложения и система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности
Рынок интернет-продаж. Продвижение товаров и услуг в интернете	32. Интернет как новый канал сбыта. 33. Модели осуществления покупок в интернете. 34. Особенности организации продающих сайтов. 35. Компоненты современного сайта. 36. Поисковая оптимизация. 37. Обеспечение безопасности для покупок в интернете и платежные системы. 38. Сбор статистики и ключевые показатели эффективности. 39. Товарные рекомендации. Реклама в интернете. Мобильные приложения как способ организации продаж. 40. Роль посредников в привлечении интернет-покупателей. 41. Рассылка электронных писем, блоги и социальные сети как способ организации продаж.

Составитель: Е.В. Павленко, старший преподаватель кафедры экономики и управления