Приложение 7 ОП ВО

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ОМСКИЙ ФИЛИАЛ

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 6664D3EAA7DADC690EE8BAC024716D1B
Владелец: Бахта Андрей Сергеевич
Действителен: с 13.06.2024 до 06.09.2025

УТВЕРЖДЕНО

Директор филиала А.С. Бахта

(электронная подпись)

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ
(наименование образовательной программы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ, реализуемой без применения электронного (онлайн) курса

Б1.В.ДВ.03.01 Управление продажами и маркетинг
(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

Высшее, бакалавриат
(уровень образования)

38.03.01 Экономика
(код, наименование направления подготовки (специальности)

Бакалавр
(квалификация)

Очная, очно-заочная
(форма(ы) обучения)

Год набора: 2022

Омск, 2024 г.

Авторы-составители:
к.э.н., доцент, заведующий кафедрой экономики и управления С.С. Стаурский

Начальник учебного отдела
Е.В. Малахова

Рабочая программа дисциплины «Управление продажами и маркетинг» рассмотрена и утверждена на заседании Педагогического совета, протокол от 26 января 2022 г. № 4

Рабочая программа дисциплины «Управление продажами и маркетинг» пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики и управления, протокол от 30 августа 2023 г. № 1, протокол от 30 августа 2024 г. № 1.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы....4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО....4
3. Содержание и структура дисциплины....5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине....7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины....11
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине....13
6.1. Основная литература....13
6.2. Дополнительная литература....13
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы....13
6.4. Нормативные правовые документы....13
6.5. Интернет-ресурсы....13
6.6. Иные источники....13
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы....14

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 Управление продажами и маркетинг обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКс ОС II – 3	Способен осуществлять подбор финансовых услуг в интересах потребителя и осуществлять консультирование по ограниченному кругу финансовых продуктов	ПКс ОС II – 3.1	Способен определять проектные виды деятельности и применять для их организации информационные системы, а также осуществлять маркетинговое позиционирование в сфере цифровых финансов и банков

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ОТФ А. Консультирование клиентов по использованию финансовых продуктов и услуг **ТФ** А/02.6. Подбор в интересах клиента поставщиков финансовых услуг и консультирование клиента по ограниченному кругу финансовых продуктов	ПКс ОС II - 3.1	**На уровне знаний:** типовые методики расчета экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; применяемые в сфере управления проектами и продажами бизнес-процессы, роль менеджеров и специалистов по управлению продажами; организацию управления маркетинговой деятельностью предприятия в том числе, в сфере финансовых технологий
		На уровне умений: определять маркетинговую стратегию организации
		На уровне навыков: владение современным инструментарием управления продажами и проектами

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01. Управление продажами и маркетинг составляет 2 зачетные единицы, т.е. 72 академических часа.

На контактную работу с преподавателем выделено 40 ак. часов, из них 8 ак. часов лекций и 32 ак. часа практических занятий, на самостоятельную работу обучающихся выделено 28 ак. часов для очной ф/о.

На контактную работу с преподавателем выделено 24 ак. часа, из них 8 ак. часов лекций и 16 ак. часов практических занятий, на самостоятельную работу обучающихся выделено 44 ак. часа для очно-заочной ф/о и заочной ф/о.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01. Управление продажами и маркетинг изучается на 3 курсе, в 6 семестре для студентов очной формы обучения; на 4 курсе, в 7 семестре для студентов очно-заочной формы обучения; на 4 курсе.

Освоение дисциплины «Управление продажами и маркетинг» происходит после освоения дисциплин «Основы теории финансов», «Институциональная экономика».

Изучение дисциплины заканчивается зачетом.

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, ак. час./ час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Сбытовая деятельность фирмы	10	2		4		4	Дисс.
Тема 2	Организация отдела продаж на фирме	10	2		4		4	Дисс.
Тема 3	Планирование и реализация сбытовой деятельности	14	2		6		6	Дисс.
Тема 4	Управление взаимодействием со сбытовыми каналами	14	2		6		6	Дисс.
Тема 5	Торговый маркетинг розничных предприятий	10	-		6		4	Дисс.
Тема 6	Управление ассортиментом при организации продаж	10	-		6		4	Дисс.
Промежуточная аттестация		4						За.
Всего:		**72**	**8**		**32**		**28**	**4**

** *формы текущего контроля успеваемости: дискуссия (Дисс.).*

*** *формы промежуточной аттестации: зачет (За).*

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, ак. час./ час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Сбытовая деятельность фирмы	10	2		4		4	Дисс.
Тема 2	Организация отдела продаж на фирме	10	2		2		6	Дисс.
Тема 3	Планирование и реализация сбытовой деятельности	14	2		2		10	Дисс.
Тема 4	Управление взаимодействием со сбытовыми каналами	14	2		2		10	Дисс.
Тема 5	Торговый маркетинг розничных предприятий	10	-		4		6	Дисс.
Тема 6	Управление ассортиментом при организации продаж	10	-		2		8	Дисс.
Промежуточная аттестация		4						За
Всего:		**72**	**8**		**16**		**44**	**4**

** *формы текущего контроля успеваемости: дискуссия (Дисс.).*

*** *формы промежуточной аттестации: зачет (За).*

Содержание дисциплины

Тема 1. Сбытовая деятельность фирмы

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.

Тема 2. Организация отдела продаж на фирме

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.

Тема 3. Планирование и реализация сбытовой деятельности

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.

Тема 4. Управление взаимодействием со сбытовыми каналами

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

Тема 5. Торговый маркетинг розничных предприятий

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

Тема 6. Управление ассортиментом при организации продаж

Критерии выбора товара. Концепция нового товара. Стратегии продвижения на рынок. Стратегии обоснования выбора выгодного поставщика. Значение системы товародвижения. Экономическая эффективность системы товародвижения. Управление продажами при применении метода продажи на дому у покупателей, метода продажи по образцам, метода продажи по предварительным заказам, метода продажи с открытой выкладкой, метода продажи с самообслуживанием. Вендинг. Подходы к организации Интернет – продаж. Понятие «многоканальные продажи», преимущества применения. Концепция управления товарным ассортиментом.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Текущий контроль успеваемости

4.1.1. Формы текущего контроля успеваемости

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1. Сбытовая деятельность фирмы	Вопросы для дискуссии
Тема 2. Организация отдела продаж на фирме	Вопросы для дискуссии
Тема 3. Планирование и реализация сбытовой деятельности	Вопросы для дискуссии
Тема 4. Управление взаимодействием со сбытовыми каналами	Вопросы для дискуссии
Тема 5. Торговый маркетинг розничных предприятий	Вопросы для дискуссии
Тема 6. Управление ассортиментом при организации продаж	Вопросы для дискуссии

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Типовые оценочные средства по теме 1. Сбытовая деятельность фирмы

Вопросы для дискуссий

1. Понятия сбыта и товароведения.
2. Методы сбыта товаров.
3. Принципы управления продажами
4. Этапы и технологии осуществления продаж
5. Почему знание технологии продаж – важнейшее условие повышения конкурентоспособности торговой организации?

Типовые оценочные средства по теме 2. Организация отдела продаж на фирме

Вопросы для дискуссий

1. План развития продаж
2. Аутсорсинг – как инструмент повышения эффективности продаж
3. Организация работы коммерческого отдела
4. Сущность и организация продаж предприятия.

Типовые оценочные средства по теме 3. Планирование и реализация сбытовой деятельности

Вопросы для дискуссий

1. Классификации форм и методов продажи товаров и услуг.
2. Принципы проектирования интерьера мест продажи с учетом его влияния на подсознание покупателей.
3. Качество и культура торгового обслуживания как стимул к покупке.
4. Основные принципы мерчендайзинга в торговле.
5. Активные и пассивные приемы продажи;
6. Как влияют цветовые решения мест продажи на поведение покупателей?

Типовые оценочные средства по теме 4. Управление взаимодействием со сбытовыми каналами

Вопросы для дискуссий

1. Как осуществляется управление продажами на основе оптимизационного принципа?
2. Раскройте сущность предпринимательской модели управления продажами.
3. Охарактеризуйте персонал как важнейший элемент управления продажами

4. Какие методы математического моделирования используются в управлении продажами

5. Как влияет на эффективность продаж грамотное прогнозирование объемов продаж

6. Перечислите этапы формирования технологии эффективных продаж

7. Каналы распределения и их виды.

8. Типы посредников каналов распределения.

9. Основные системы распределения товаров.

Типовые оценочные средства по теме 5. Торговый маркетинг розничных предприятий

Вопросы для дискуссий

1. Прямые и косвенные цели воздействия на поведение покупателей.

2. Методы формирования рекламного аргумента.

3. Оценка эффективности рекламного аргумента.

4. Ценовое стимулирование сбыта: его возможности и ограничения.

5. Неценовое стимулирование сбыта и условия его применения.

6. Принципы формирования системы мотивации труда продавцов.

7. Насколько эффективна причина применения в российской торговле приемов экономического стимулирования сбыта?

Типовые оценочные средства по теме 6. Управление ассортиментом при организации продаж

Вопросы для дискуссий

1. Категорийный менеджмент — как процесс управления ассортиментом

2. Оценка оборачиваемости товарных запасов.

3. Выявление пробелов в ассортименте.

4. Оценка избыточности/недостатка товарных запасов

5. Оперативная корректировка ассортимента, цен, выкладки.

Критерии оценивания текущего контроля

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы студентов. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине.

Критерии оценивания дискуссии

Оценка «Отлично» выставляется студенту, если он дал научно обоснованный ответ на поставленный вопрос в процессе дискуссии.

Оценка «Хорошо» выставляется студенту, если он дал убедительный ответ на поставленный вопрос в процессе дискуссии.

Оценка «Удовлетворительно» выставляется студенту, если он дал недостаточно обоснованный ответ на поставленный вопрос в процессе дискуссии.

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не дал никакого ответа на дискуссионный вопрос.

Критерии оценивания эссе, рефератов

Оценка «Отлично» выставляется студенту, если подготовлен научно обоснованный доклад на выбранную тему с анализом информации, выводами и предложениями.

Оценка «Хорошо» выставляется студенту, если подготовлен доклад на выбранную тему в виде аналитической записки без выводов и предложений.

Оценка «Удовлетворительно» выставляется студенту, если подготовлена информация на выбранную тему без обоснования выводов и предложений.

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется студенту, если подготовлена информация, не соответствующая выбранной теме без выводов и предложений.

Критерии оценивания устного опроса

Каждому студенту выдается свой собственный, узко сформулированный вопрос. Ответ должен быть четким и кратким, содержащим все основные характеристики описываемого понятия, института, категории.

Шкала оценивания:

«Отлично» - вопрос раскрыт полностью, точно обозначены основные понятия и характеристики по теме.

«Хорошо» - вопрос раскрыт, однако нет полного описания всех необходимых элементов.

«Удовлетворительно» - вопрос раскрыт не полно, присутствуют грубые ошибки, однако есть некоторое понимание раскрываемых понятий.

«Неудовлетворительно» - ответ на вопрос отсутствует или в целом не верен.

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКс ОС II – 3	Способен осуществлять подбор финансовых услуг в интересах потребителя и осуществлять консультирование по ограниченному кругу финансовых продуктов	ПКс ОС II – 3.1	Способен определять проектные виды деятельности и применять для их организации информационные системы, а также осуществлять маркетинговое позиционирование в сфере цифровых финансов и банков

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПКс ОС II – 3.1 Способен определять проектные виды деятельности и применять для их организации информационные системы, а также осуществлять маркетинговое позиционирование в сфере цифровых финансов и банков	Способен провести маркетинговые исследования в целях реализации и управления продажами в рамках конкретного экономического проекта, в том числе, в сфере цифровых финансов и банков	Использует базовые технологии электронной коммерции при осуществлении профессиональной деятельности в сфере цифровых финансов и банков. Демонстрирует знания о сущности и функциях маркетинга, теоретические основы маркетинга как рыночной концепции управления. Используя маркетинговые исследования определяет рациональную структуру капитала

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
		компании и оптимальный объем запасов. Проводит маркетинговые исследования в малой группе для реализации и управления продажами конкретного экономического проекта.

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом - зачет.

4.2.3. Типовые оценочные средства

Список вопросов для подготовки к зачету

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.

4.3. Методические материалы

Процедура проведения зачета

Аттестационные испытания проводятся преподавателем, ведущим лекционные и/ил практические занятия по данной дисциплине.

Во время аттестационных испытаний обучающиеся могут пользоваться программой учебной дисциплины. Время подготовки ответа при сдаче зачета в устной форме должно

составлять не менее 20 минут (по желанию обучающегося ответ может быть досрочным). Время ответа – не более 15 минут. При подготовке к устному зачету обучающийся, как правило, ведет записи в листе устного ответа, который затем (по окончании зачета) сдается преподавателю.

При проведении устного зачета билет выбирает сам обучающийся в случайном порядке. Преподавателю предоставляется право задавать обучающимся дополнительные вопросы в рамках программы дисциплины текущего семестра, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи, которые изучались на практических занятиях. Оценка результатов устного аттестационного испытания объявляется обучающимся в день его проведения. При проведении устного зачета в аудитории могут одновременно находиться не более шести обучающихся.

Критерии и шкала оценивания

Оценки «зачтено» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеющий свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной учебной программой.

Также оценка «зачтено» выставляется студентам, обнаружившим полное знание учебного материала, успешно выполняющим предусмотренные в программе задания, усвоившим основную литературу, рекомендованную учебной программой, демонстрирующие систематический характер знаний по дисциплине и способные к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Наконец, оценкой «зачтено» оцениваются ответы студентов, показавших знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляющихся с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим погрешности в ответе на зачете и при выполнении контрольных заданий, не носящие принципиального характера, когда установлено, что студент обладает необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей под руководством преподавателя.

Оценка «не зачтено» выставляется студентам, обнаружившим пробелы в знаниях основного учебного материала, допускающим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Такой оценки заслуживают ответы студентов, носящие несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда студент не понимает существа излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что студент не может дальше продолжать обучение или приступать к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Краткие методические указания по подготовке и написанию реферата

Работа по углублённому изучению дисциплины может выполняется в виде проработки отдельных тем исследований и представления полученных результатов устно или в виде эссе, доклада с презентацией. Тему для углублённого изучения студент выбирает из приведенного списка.

По согласованию с преподавателем студент может выполнять углублённое изучение темы, связанной с его профессиональной деятельностью.

Цель написания реферата – научить студентов самостоятельно применять полученные знания для комплексного решения конкретной научно-практической задачи. Подготовка реферата способствует:

развитию творческих способностей на основе самостоятельного проведения научных исследований по изучаемой дисциплине, умению самостоятельно мыслить, делать выводы и обобщения;

привитию навыков в самостоятельной работе со справочной, научной и специальной литературой, получения необходимой информации через сеть Internet;

формированию навыков в оформлении научных исследований по конкретной тематике.

Реферат выполняется студентами самостоятельно и является промежуточной аттестацией обучающихся, чтобы определить степень достижения учебных целей по учебной дисциплине. Реферат должен содержать 12-15 страниц машинописного текста на листе формата А4. Шрифт: Times New Roman, обычный, размер 14. Поля: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 2,5 см, правое –1,5 см.

Выравнивание – по ширине, первая строка (абзац) – отступ на 1,25 см, межстрочный интервал – одиночный.

Реферат должен содержать следующие элементы:

1. Титульный лист установленной формы с указанием кафедры и фамилии руководителя.

2. Содержание.

3. Обозначения и сокращения.

4. Введение.

Вначале отражается актуальность темы. При этом указываются: проблема, в рамках которой выполняется реферат и характеризуется ее современное состояние (анализируется предметная область); основная цель реферата и частные задачи, решаемые в нем; структура и объем реферата.

5. Анализ проблемы (из различных источников).

6. Возможные направления решения проблемы (описание тех или иных процессов и т. п.).

7. Заключение.

Заключение должно давать выводы и обобщенную оценку раскрытия темы, а также направлений дальнейшего совершенствования деятельности в этом направлении.

8. Библиографический список.

9. Приложения.

В приложения помещаются схемы, графики, программы, алгоритмы, результаты расчетов, чертежи, а также дополнительные справочные материалы.

Оценка за реферат выставляется по результатам проверки его качества преподавателем и защиты разработанных материалов непосредственно исполнителями.

На защите реферата оцениваются:

- глубина, законченность исследований и их практическая ценность;
- целесообразность выбора вопросов для доклада и качество их устного изложения (ясность, краткость, доказательность, логическая последовательность, конкретность выводов и правильность знаний);
- наличие и качество иллюстраций и умение их использовать в докладе;
- умение отстаивать выдвигаемые новые положения (принятые решения).

Содержательная часть реферата оценивается по балльной системе. При получении неудовлетворительной оценки обучаемый выполняет работу по новой теме или перерабатывает прежнюю в сроки, устанавливаемые преподавателем.

Дискуссии (обсуждения)

Дискуссия представляет собой обсуждение заданной темы. Требуется проявить логику изложения материала, представить аргументацию, ответить на вопросы участников дискуссии.

Требования к эссе

Эссе пишется в свободной форме и является рекомендованной формой контроля знаний. Объем работы составляет 1-2 страницы. Где будет оцениваться

- собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы;
- раскрытость проблемы на теоретическом уровне, в связях и с обоснованиями,
- грамотное корректирование использованием исторических терминов и понятий процессов в контексте ответа;
- дана аргументация своего мнения с опорой на исторические факты.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Управление продажами : учебник / под общ. ред. С.В. Земляк. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. — 300 с. - ISBN 978-5-16-105499-4. - Текст : электронный. - URL: https://new.znanium.com/catalog/product/1019525

6.2. Дополнительная литература

1. Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Еремеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 242 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09362-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/437844

2. Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 436 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03565-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/434598

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 256 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/437225

6.4. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации // СПС КонсультантПлюс

2. Гражданский кодекс Российский Федерации, части 1, 2, 3 и 4 // СПС КонсультантПлюс

3. Трудовой кодекс Российской Федерации // СПС КонсультантПлюс

6.5. Интернет-ресурсы

1. http://www.budgetrf.ru - Мониторинг экономических показателей;
2. http://www.businesspress.ru - Деловая пресса;
3. http://www.tpprf.ru/ - Торгово-промышленная Палата РФ;
4. http://www.torgrus.ru - Новости и технологии торгового бизнеса;
5. http://www.nta-rus.com – Оборудование. Технология и оборудования для магазинов и ресторанов;
6. http://www.f-art.nnov.ru – Деловой журнал «ТиТО - Торговые технологии»;
7. http://www.ros-torg.net/ - Новости Российской торговли, обзор рынка российской торговли, аналитическая информация по российской торговле, торговля, бизнес;
8. http://www.salesmanagement.ru/ - журнал «Управление продажами»;
9. http://www.sellings.ru/ – сайт журнала «Управление сбытом»;

6.6. Иные источники

1. Дорман, В. Н. Коммерческая деятельность : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Н. Дорман. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. — 134 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-08385-9 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-7996-1879-7 (Изд-во Урал. ун-та). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/438107

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо материально-техническое обеспечение учебных аудиторий в зависимости от типа занятий: семинарского и лекционного типов, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: комплект специализированной учебной мебели, доска аудиторная, компьютерная техника, презентационное оборудование. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся. Комплект специализированной учебной мебели, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. https://urait.ru – Электронно-библиотечная система [ЭБС] Юрайт
2. http://www.iprbookshop.ru – Электронно-библиотечная система [ЭБС] «IPR SMART»
3. https://e.lanbook.com - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Лань»
4. https://new.znanium.com - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Znanium.com».
5. https://ibooks.ru - Электронно-библиотечная система система [ЭБС] «Айбукс.ру/ibooks.ru»
6. https://lib.ranepa.ru/ru/informatsionnye-resursy/russkoyazychnye-resursy/58-elibrary-ru - Научная электронная библиотека Elibrary.ru
7. http://www.edu.ru - Федеральный образовательный портал «Российское образование»
8. https://dlib.eastview.com – Информационный сервис «East View»
9. https://grebennikon.ru/ - Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников», содержит полные тексты научно-практических журналов по маркетингу, менеджменту, финансам и управлению персоналом.
10. https://lib.ranepa.ru/ru/informatsionnye-resursy/zarubezhnye-resursy/49-ebsco-publishing – информационный ресурс EBSCO, содержащий издания по экономике, бизнесу, менеджменту и др.
11. https://rusneb.ru - Национальная электронная библиотека (НЭБ)
12. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».