



Основная профессиональная образовательная программа
38.04.01 Экономика
(Предпринимательство и управление бизнесом)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Кафедра экономики и предпринимательства

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

_____ С.Г. Езерская
(подпись)

« 29 » августа 2024 г.

Рабочая программа модуля 3
Продвижение. Продажи

Уровень высшего образования:	магистратура
Квалификация выпускника:	магистр
Направление подготовки:	38.04.01 Экономика
Направленность (профиль) образовательной программы:	Предпринимательство и управление бизнесом

Иваново



Основная профессиональная образовательная программа
38.04.01 Экономика
(Предпринимательство и управление бизнесом)

1. Цели освоения модуля

Целью изучения Модуля 3 «**Продвижение. Продажи**» является овладение теоретическими знаниями и практическими навыками по принятию стратегических решений, обеспечивающих высокую эффективность деятельности в стратегической перспективе.

Задачи изучения дисциплины:

— усвоение студентами современных подходов, приемов и методов управления продажами на различных этапах заключения торговой сделки и формирование системы знаний и умений в области общения с покупателями.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Модуль 3 «Продвижение. Продажи» относится к обязательной части учебного плана образовательной программы подготовки магистров.

Для освоения данной дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- закономерности формирования рыночных отношений и рыночной среды, экономического механизма функционирования фирмы и отраслевого рынка, перспектив их развития;

Уметь:

- использовать широкий спектр инструментов для анализа экономических явлений и принятия управленческих решений.

Иметь навыки:

- обобщения и анализа информации, постановки целей и выбора путей их достижения;
- экономического анализа маркетинговой деятельности.

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины, используются в профессиональной деятельности.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

б) общепрофессиональные (ОПК):

ОПК-2. Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и (или) фундаментальных исследованиях;

ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность;

в) профессиональные (ПК):

ПК-1. Способен проводить научные исследования самостоятельно и в составе исследовательских коллективов, разрабатывать инновационные проектные решения, оценивать их эффективность с учетом фактора неопределенности.

ПК-4. Способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать маркетинговую стратегию компании, включающую обоснование, выбор и оценку результативности продуктовой, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики.

ПК-5. Способен разрабатывать стратегические и тактические планы для осуществления деятельности организации и контролировать их выполнение, определять стратегии поведения экономических агентов на различных рынках в условиях глобальной конкуренции, составлять бизнес-проекты, оценивать их эффективность с учетом фактора неопределенности, готовить необходимые нормативно-методические документы и мероприятия по реализации планов, проектов и программ.

ПК-6. Способен планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами, в том числе с использованием инструментов (платформ) онлайн-



Основная профессиональная образовательная программа
38.04.01 Экономика
(Предпринимательство и управление бизнесом)

коммуникаций, анализировать требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, определяемых выбранными подходами.

ПК-7. Способен формировать состав команды и управлять командой бизнес-проекта, координировать взаимодействие внутренних и внешних участников и партнеров проекта, анализировать конфликты, разрабатывать меры по предупреждению будущих конфликтов.

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения формируемых компетенций

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основы планирования и контроллинга продаж (ОПК-2; ПК-5);
- основы построения организационных структур отделов продаж и регламентации деятельности менеджеров по продажам и продавцов (ОПК-2; ОПК-4; ПК-6; ПК-7);
- ключевые направления процесса взаимодействия с покупателями (ПК-4);
- технику и приемы продаж, используемые при работе с клиентами (ОПК-2; ПК-4; ПК-5);
- тенденции и закономерности функционирования маркетинговых каналов (ПК-6; ПК-7)
- методы и этапы разработки стратегии распределения (ОПК-2; ПК-5; ПК-6)
- принципы принятия решений и управления на различных уровнях маркетинговых каналов (ОПК-4; ПК-5; ПК-7)
- пути повышения эффективности системы распределения (ПК-5; ПК-7)
- практические аспекты планирования и организации сбытовой деятельности (ОПК-2; ПК-5; ПК-6; ПК-7)
- методы разработки коммуникационной стратегии; (ОПК-2; ПК-1)
- методы планирования рекламной кампании, PR-кампании, акций по стимулированию сбыта и личных продаж; (ПК-4)
- критерии выбора коммуникационных и рекламных агентств для сотрудничества; (ОПК-4; ПК-4)
- этику деловых коммуникаций. (ПК-6; ПК-7)

Уметь:

- вырабатывать научно-обоснованные позиции при принятии практических решений (ОПК-4; ПК-1; ПК-4; ПК-5)
- применить современные инструменты воздействия на процесс товародвижения (ОПК-2; ПК-5; ПК-6; ПК-7)
- осуществлять анализа и оценку эффективности действующей системы распределения товаров и услуг предприятия (ПК-5; ПК-6; ПК-7)
- выбирать предпочтительную структуру отдела продаж и наилучшее распределение работ между сотрудниками отдела (ПК-5; ПК-6);
- планировать продажи по регионам, ассортименту и месяцам (ПК-5);
- контролировать процесс продаж (ПК-5);
- осуществлять планирование и контроль коммуникационной деятельности предприятия; (ПК-7)
- формировать бюджет комплекса коммуникаций; (ПК-5; ПК-7)
- оценивать эффективность коммуникационного процесса предприятия с маркетинговой средой; (ПК-5)
- планировать и вести деловые переговоры; (ПК-6; ПК-7)

Иметь навыки:

- решения проблем формирования и управления маркетинговыми каналами (ОПК-4; ПК-5; ПК-7)
- умениями в области анализа и оценки практических маркетинговых ситуаций, характерных для каналов распределения (ПК-4; ПК-5; ПК-6).



Основная профессиональная образовательная программа
38.04.01 Экономика
(Предпринимательство и управление бизнесом)

- экспертно-интуитивными и математико - статистическими техниками прогнозирования рынка и планирования продаж (ПК-5);
- техниками проведения бесед и переговоров с клиентам (ПК-6);
- навыки владения понятийным аппаратом в области бизнес-коммуникаций; (ПК-4)
- навыки владения методами рекламных и иных маркетинговых исследований в сфере бизнес-коммуникаций; (ПК-4)

4. Объем и содержание модуля

Объем дисциплины составляет 10 зачетных единиц (360 академических часов).

4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

Объем иной контактной работы и самостоятельной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№ п/п	Разделы (модули) дисциплины	Семестр	Объем в часах	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной и очно-заочной формам обучения)		Формы текущего контроля успеваемости Формы промежуточной аттестации
				Занятия лекционного типа	Практические занятия	
	Модуль 3. Продвижение. Продажи	2				
1	Введение в модуль	2	4	4	-	Опрос, решение задач, сообщения по дополнительным материалам темы
2	3.1 Продвижение компании на рынке	2	18	10	8	Опрос, решение задач, сообщения по дополнительным материалам темы Опрос. Обсуждение проблемных ситуаций
3	3.2 Управление маркетингом компании	2	20	12	8	Опрос, решение задач, сообщения по дополнительным материалам темы
4	3.3 Управление продажами компании	2	18	10	8	Опрос, решение задач, сообщения по дополнительным материалам темы
7	Экзамен по модулю: Модуль 3. Продвижение. Продажи	2				Устная презентация и письменный отчет по результатам выполнения проектных заданий
Итого по Модулю 3			60	36	24	

4.2. Развернутое описание содержания дисциплины по разделам (темам)

Модуль 3. Продвижение. Продажи

Б1.О.03.01. Введение в модуль

Б1.О.03.02. 3.1 Продвижение компании на рынке

Понятие коммуникаций маркетинга. Процесс формирования комплекса коммуникаций. Факторы, определяющие структуру комплекса коммуникаций. Характеристика рекламы как средства коммуникации. Разработка программ стимулирования сбыта. Принципы организации личных продаж как средства стимулирования. Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций. Разработка плана маркетинговых коммуникаций.

Омнибус-каналы как интегрированная система коммуникационных и сбытовых каналов.

Б1.О.03.03. 3.2 Управление маркетингом компании



Основная профессиональная образовательная программа
38.04.01 Экономика
(Предпринимательство и управление бизнесом)

Понятия и принципы создания системы маркетинга. Структура системы маркетинга предприятия. Принципы и технологии современного управления маркетинговой деятельностью. Сущность и подходы к организации маркетинговой деятельности. Интернет-маркетинг.

Типы организационных структур в маркетинге. Планирование маркетинговой деятельности. Система финансирования маркетинга. Принципы контроля маркетинговой деятельности предприятия.

Б1.О.03.04. 3.3 Управление продажами компании

Планы «сверху вниз» и «снизу вверх». Четыре шага планирования продаж: рыночная информация и повышение точности принятия решений; прогноз емкости рынка; план общих продаж компании по годам; план продаж по регионам, ассортименту и месяцам. Подходы к расчету емкости рынка: макроподход через производство, импорт, экспорт и остатки; статистика продаж; удельное душевое потребление; массовые опросы клиентов и потребителей; ориентация на продажи ключевых игроков (крупнейших компаний); определение рынка товара как процента от ВВП или розничного рынка; определение емкости рынка исходя из средней выручки на сотрудника и их количества. Планирование от продаж и планирование от рынка. Ассортиментное планирование. Бюджетирование в отделе. Сопровождение и коррекция планов. Оценка планов. Работа со смежными подразделениями – повышение эффективности общего планирования. Внутренний и внешний контроль продаж. Ключевые показатели и факторы коммерческой эффективности и результативности.

5. Образовательные технологии

Перечень технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине: технологии смешанного обучения (коворкинги, интенсивы, прикладные мастер-классы и др. активные методы проектного обучения).

Изучение дисциплины предполагает выполнение проектных заданий в рамках поэтапного развития стартапа по отдельным модулям дисциплины.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Формы контроля самостоятельной работы студентов по отдельным темам приведены в таблице 4.1 – устная презентация и письменный отчет по результатам выполнения проектных заданий.

Методический материал по обеспечению самостоятельной работы студентов приводится в Приложении 1 к РП.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценка и контроль за усвоением студентами учебного раздела каждого модуля осуществляется в ходе процесса изучения содержания учебного материала (см. таблицу 4.1), а также предлагаются зачетные задания по каждому разделу модуля.

Форма промежуточной аттестации – устный экзамен.

Критерии оценки

Отметку «отлично» студент получает, если он аттестован по всем разделам модуля, качественно выполнил все задания, представленные преподавателем, содержательно ответил на экзаменационные вопросы.

Отметку «хорошо» студент получает, если он аттестован по всем разделам модуля, выполнил все предложенные задания в соответствии с основными требованиями, ответил на экзаменационные вопросы. Однако могут иметь место несущественные недостатки и недостаточно полный ответ на вопросы к экзамену.



Основная профессиональная образовательная программа
38.04.01 Экономика
(Предпринимательство и управление бизнесом)

Отметку «удовлетворительно» студент получает, если он аттестован по всем разделам модуля, но при выполнении заданий получил достаточно много замечаний. При ответах на экзаменационные вопросы имелись ошибки и неточности.

Отметку «неудовлетворительно» студент получает, если он аттестован по всем разделам модуля, но при выполнении заданий получил много замечаний и не смог дать ответ на экзаменационные вопросы.

В случае отсутствия аттестации по одному или нескольким разделам модуля, студент не допускается к экзамену.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. - М. : Дашков и Ко, 2013. - 279 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01975-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253811>
2. Кент, Т. Розничная торговля : учебник / Т. Кент, О. Омар. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 719 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 978-5-238-01000-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117685>
3. Кондрашов, В.М. Управление продажами : учебное пособие / В.М. Кондрашов ; под ред. В.Я. Горфинкель. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 320 с. - ISBN 978-5-238-01259-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118749>
4. Управление маркетингом : учебное пособие / под ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 463 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00883-X ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>.
5. Титова В. А., Цой М. Е., Мамонова Е. В.. Управление маркетингом: учебное пособие [Электронный ресурс] / Новосибирск:НГТУ,2013. -468с. - 978-5-7782-2071-3
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436286>

Дополнительная литература:

1. Белов, К.К. Анализ маркетинговых каналов распределения / К.К. Белов. - М. : Лаборатория книги, 2010. - 54 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=86413>
2. Предпринимательская деятельность. Основы логистики / под ред. Г. Чухнина. - М. : Студенческая наука, 2012. - Ч. 1. Сборник студенческих работ. - 768 с. - (Вузовская наука в помощь студенту). - ISBN 978-5-00046-066-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=226530>
3. Сковронек, Ч. Логистика на предприятии : учебно-методическое пособие / Ч. Сковронек, З. Саринуш-Вольский ; пер. И.Д. Рудинский. - М. : Финансы и статистика, 2004. - 397 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-279-02790-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=220791>
4. Белоусов Е. С.. Разработка системы управления маркетингом фирмы [Электронный ресурс] / М.:Лаборатория книги,2010. -128с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89581>
5. Савчук Г. А., Мокерова Ю. В.. Управление маркетингом на предприятии [Электронный ресурс] / Екатеринбург:Издательство Уральского университета,2014. -117с. - 978-5-7996-1267-2
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276466>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>

Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>



Основная профессиональная образовательная программа
38.04.01 Экономика
(Предпринимательство и управление бизнесом)

СПС «КонсультантПлюс» www.konsultant.ru

Федеральная служба государственной статистики www.gks.ru

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office, интернет-браузер Yandex Browser.

Программа «Поиск и выбор бизнес-идеи» на платформе «Универсариум» // <https://universarium.org/course/490>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории:

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;

- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, выполнения проектов с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения.

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации: демонстрационное оборудование; электронные пособия (презентации.), аудио-визуальные пособия (аудиозаписи, видеоматериалы и т.п.).



Основная профессиональная образовательная программа
38.04.01 Экономика
(Предпринимательство и управление бизнесом)

Автор(ы) рабочей программы дисциплины: к.э.н., доцент кафедры экономики и предпринимательства Езерская С.Г., преподаватель кафедры экономики и предпринимательства Сапожников Д.Д.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры экономики и предпринимательства

«_29_» _августа_ 2024 г., протокол № _1_

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № _1_ от «_28_» _августа_ 2025 г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ С.Г. Езерская
(подпись)

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20 ____ г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ С.Г. Езерская
(подпись)

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № _____ от «_____» _____ 20 ____ г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ С.Г. Езерская
(подпись)