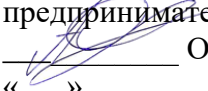


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Школы инженерного
предпринимательства

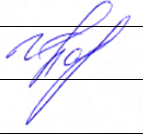
 Осадченко А.А.

« » 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2019 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ: очная

Управление продажами			
Направление подготовки/ специальность Образовательная программа (направленность (профиль)) Специализация Уровень образования Курс Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах) Виды учебной деятельности	27.04.05 Инноватика		
	Цифровой маркетинг		
	Цифровой маркетинг		
	высшее образование - магистратура		
	2	семестр	3
	3		
	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции		
	Практические занятия		32
	Лабораторные занятия		
	ВСЕГО		32
Самостоятельная работа, ч		76	
ИТОГО, ч		108	

Вид промежуточной аттестации	Зачет	Обеспечивающее подразделение	Школа инженерного предпринимательства
---------------------------------	-------	---------------------------------	--

Руководитель ООП			И.А. Павлова
Преподаватель			Е.И. Карякин

2020 г.

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся определенного ООП (п. 5.4 Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов обучения	
		Код	Наименование
УК(У)-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК(У)-2.В2	Владеет опытом оперативного управления реализацией проекта на всех стадиях его жизненного цикла
		УК(У)-2. У2	Умеет применять теоретические знания, связанные с организацией управления проектами, в том числе в условиях риска и неопределенности
		УК(У)-2. 32	Знает современные подходы к управлению проектами, процессов и функций управления инновационными проектами на разных стадиях жизненного цикла
ПК(У)-1	Способность выбрать (разработать) технологию осуществления (коммерциализации) результатов научного исследования (разработки)	ПК(У)-1.В1	Владеет опытом выбора технологии продвижения продукта в цифровой среде
		ПК(У)-1.У1	Умеет применять технологию продвижения продукта в цифровой среде
		ПК(У)-1.31	Знает основные технологии продвижения продукта в цифровой среде
ПК(У)-13	Способность осуществлять разработку и реализацию стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде на основе комплексного анализа рынка	ПК(У)-13. В2	Владеет опытом разработки стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде
		ПК(У)-13. У2	Умеет разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией
		ПК(У)-13. 32	Знает методы и инструменты стратегического анализа и планирования

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП

Дисциплина относится к вариативной части Вариативного междисциплинарного профессионального модуля Учебного плана образовательной программы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
Код	Наименование	
РД 1	Способность руководить инновационными проектами, разрабатывать и реализовывать стратегию развития, способность разрабатывать план и программу продвижения инновационного продукта	УК(У)-2 ПК(У)-1
РД 2	Способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи, выбирать соответствующие методы решения, и разрабатывать программу исследования, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты, прогнозировать тенденции научно-технического развития	УК(У)-2 ПК(У)-1. ПК(У)-13
РД 3	Способность проводить аудит и анализ проектов и бизнес-процессов. Оценивать эффективность инвестиций, выполнять маркетинговые исследования для продвижения производимого продукта на мировом рынке	ПК(У)-1. ПК(У)-13

Оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в календарном рейтинг-плане дисциплины.

4. Структура и содержание дисциплины

Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по дисциплине	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
Раздел 1. Маркетинг в экономической системе	РД 1	Лекции	-
		Практические занятия	10
		Самостоятельная работа	24
Раздел 2. Координация и реализация маркетинговых решений	РД 2	Лекции	-
		Практические занятия	10
		Самостоятельная работа	26
Раздел 3. Организация систем сбыта и управление маркетинговыми коммуникациями	РД 3	Лекции	-
		Практические занятия	12
		Самостоятельная работа	26

Содержание разделов дисциплины:

Раздел 1. Маркетинг в экономической системе

Изменение потребительского поведения. Рыночные тенденции, влияющие на качество маркетинговых коммуникаций. Методы и принципы функционирования маркетинговых коммуникаций, и обеспечение продаж. Организационные основы товародвижения. Особенности торговых операций с точки зрения человеческого фактора.

Темы практических занятий:

1. Методы и инструментарий организации маркетинговых коммуникаций и продаж
2. Понятие дистрибуции
3. Определение систем дистрибуции и их трансформация
4. Персональные продажи
5. Сложные продажи

Раздел 2. Координация и реализация маркетинговых решений

Традиционные теории в маркетинге. Стратегии коммерческой деятельности. Матрица Ансоффа и ЖЦ товара. Процессы активизации продаж. Координация системы продаж, стратегии и организационной структуры компании.

Темы практических занятий:

1. УТП и точки продаж
2. Модели стратегических решений
3. Базовые стратегии достижения коммерческих целей
4. Активизация продаж
5. Модели развития компаний (Л. Грейнера, М.Г. Миллера)

Раздел 3. Организация систем сбыта и управление маркетинговыми коммуникациями

Особенности розничных каналов сбыта. Методы мерчендайзинга. POSM материалы. Продвижение торговых точек. Трейд маркетинг и инструменты стимулирования продаж. Торговые сети и отношения с розничными и сетевыми организациями.

Темы практических занятий:

1. Мерчендайзинг торговой точки и марки
2. Продвижение торговых точек
3. Элементы трейд-маркетинга
4. Стратегии продаж pull и push
5. Условия сотрудничества с торговыми сетями
6. Управление ассортиментом и категорийный менеджмент

5. Организация самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов при изучении дисциплины предусмотрена в следующих видах и формах:

- Работа с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации в рамках проектной команды при работе с проблемным кейсом;
- Поиск, анализ, структурирование и презентация информации;
- Анализ научных публикаций по проблемному кейсу;
- Подготовка к оценивающим мероприятиям.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Методическое обеспечение

Основная литература:

1. Голова, Анна Георгиевна. Управление продажами : учеб. / А. Г. Голова. — Москва: Дашков и К, 2017. — 280 с.. — Библиогр.: с. 276-277. — ISBN 978-5-394- 01975-3. Схема доступа: <https://e.lanbook.com/book/93527>
2. Голова, А. Г. Управление продажами: учебник / А. Г. Голова. — Москва: Дашков и К, 2017. — 280 с. — ISBN 978-5-394-01975-3. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93527>. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/93527/#1>
3. Дрёмова, Ю. Г. Управление продажами: практические ситуации для анализа: учебное пособие / Ю. Г. Дрёмова, А. А. Букова. — Москва: Научный консультант, 2018. — 60 с. — ISBN 978-5-6040573-4-6. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/111833> (дата обращения: 23.10.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература:

1. Портных, В. В. Стратегия бизнеса : учебное пособие / В. В. Портных. — Москва: Дашков и К, 2017. — 276 с. — ISBN 978-5-394-01961-6. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93410> (дата обращения: 10.05.2020). — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/93410/#1>
2. Меликян, О. М.. Поведение потребителей [Электронный ресурс] / Меликян О. М. — 4-е, изд.. — Москва: Дашков и К, 2016. — 280 с.. — Книга из коллекции Дашков и К – Экономика и менеджмент. — ISBN 978-5-394-01043-9. Схема доступа: <https://e.lanbook.com/book/93311> (контент)
3. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие [Электронный ресурс] / Дробышева Л. А. — 5-е изд. — Москва: Дашков и К, 2017. — 152 с. — Книга из коллекции Дашков и К – Экономика и менеджмент. — ISBN 978-5-394-02732-1. Схема доступа: <https://e.lanbook.com/book/93471> (контент)

6.2. Информационное и программное обеспечение

Информационно-справочные системы:

1. Справочно-правовая система КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru/>
2. Университетская информационная система Россия – <http://www.cir.ru>

Профессиональные Базы данных:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – <https://elibrary.ru>
2. Электронно-библиотечная система «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
3. Юрайт, Электронно-библиотечная система (ЭБС) – <https://www.biblio-online.ru>
4. НТБ ТПУ – <http://www.lib.tpu.ru>.

Лицензионное программное обеспечение (в соответствии с **Перечнем лицензионного программного обеспечения ТПУ**):

1. Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic; Microsoft Office 2013 Standard Russian Academic;
2. Document Foundation LibreOffice.
3. Cisco Webex Meetings\$
4. Zoom Zoom.

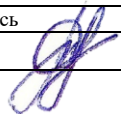
7. Особые требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

В учебном процессе используется следующее лабораторное оборудование для практических занятий:

№	Наименование специальных помещений	Наименование оборудования
1.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 634034, Томская область, г. Томск, Белинского улица, 53а, 352	Компьютер - 1 шт.; Телевизор - 1 шт.; Доска аудиторная настенная - 1 шт.; Комплект учебной мебели на 24 посадочных мест.

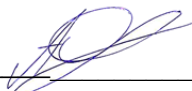
Рабочая программа составлена на основе Общей характеристики образовательной программы по направлению 27.04.05 Инноватика, специализация «Цифровой маркетинг» (приема 2019 г., очная форма обучения).

Разработчик:

Должность	Подпись	ФИО
Доцент ШИП		Т.С. Селевич

Программа одобрена на заседании школы инженерного предпринимательства
(протокол от 27.06.2019 г. №3)

Директор
Школы инженерного предпринимательства
к.т.н

 /А. А. Осадченко/
подпись

Лист изменений рабочей программы дисциплины:

Учебный год	Содержание /изменение	Обсуждено на заседании ШИП (протокол)
2020/2021 учебный год	Внесены изменения в формы документов в соответствии с требованием приказа №127-7/об от 06.05.2020	От « 29 »06. 2020 г. № 3