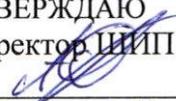


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
 УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
 «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ
 УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
 Директор ШИП


 А.А. Осадченко
 «30» 06 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2019 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ: очная

Управление продажами		
Направление подготовки/ специальность	27.04.05 Инноватика	
Образовательная программа (направленность (профиль))	Инженерное предпринимательство	
Специализация	Инженерное предпринимательство	
Уровень образования	высшее образование - магистратура	
Курс	2 семестр 3	
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	3	
Виды учебной деятельности	Временной ресурс	
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции	0
	Практические занятия	32
	Лабораторные занятия	0
	ВСЕГО	32
Самостоятельная работа, ч		76
ИТОГО, ч		108

Вид промежуточной аттестации	Зачет	Обеспечивающее подразделение	ШИП
---------------------------------	--------------	---------------------------------	------------

Руководитель ООП Преподаватель		И.С. Антонова
		Е.И. Карякин

2020 г.

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся определенного ООП (п. 5. 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)-2.32	Знает современные подходы к управлению проектами, процессов и функций управления инновационными проектами на разных стадиях 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.В2	Владеет опытом оперативного управления реализацией проекта на всех стадиях его жизненного цикла
ПК(У)-1	Способность выбрать (разработать) технологию осуществления (коммерциализации) результатов научного исследования (разработки)	ПК(У)-1.31	Знает основные технологии осуществления и коммерциализации инновационного продукта
		ПК(У)-1.У1	Умеет разработать технологию осуществления и коммерциализации разработок
		ПК(У)-1.В1	Владеет опытом выбора технологии коммерциализации инновационного продукта
ДПК(У)-2	Разрабатывать программы коммерциализации и маркетинга инновационных проектов на основе комплексного анализа рынка	ДПК(У)-2.33	Знает подходы к продвижению нового продукта
		ДПК(У)-2.У3	Умеет разрабатывать план продвижения нового продукта
		ДПК(У)-2.В3	Владеет опытом разработки рекламной кампании продукта

2. Место дисциплины в структуре ООП

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

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Код	Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
	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 ДПК(У)-2
РД 3	Способность проводит аудит и анализ проектов и бизнес-процессов. Оценивать эффективность инвестиций, выполнять маркетинговые исследования для продвижения производимого продукта на мировом рынке		ДПК(У)-2 ПК(У)-1

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 2 РД 3	Лекции	-
		Практические занятия	10
		Самостоятельная работа	20
Раздел 2. Координация и реализация маркетинговых решений	РД 1 РД 2 РД 3	Лекции	-
		Практические занятия	10
		Самостоятельная работа	24
Раздел 3. Организация систем сбыта и управление маркетинговыми коммуникациями	РД 2 РД 1	Лекции	-
		Практические занятия	12
		Самостоятельная работа	32
ИТОГО:		Лекции	-
		Практические занятия	32
		Самостоятельная работа	76

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:

2. Изменение потребительского поведения
3. Методы и инструментарий организации маркетинговых коммуникаций и продаж
4. Понятие дистрибуции
5. Определение систем дистрибуции и их трансформация
6. Персональные продажи
7. 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. Теория 4Р и 4С, позиционирование

2. Понятия сегментирования и нишинга
3. УТП и точки продаж
4. Модели стратегических решений
5. Базовые стратегии достижения коммерческих целей
6. Активизация продаж
7. 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. Особенности розничных торговых точек
2. Дистанционные и прямые продажи
3. Мерчендайзинг торговой точки и марки
4. Продвижение торговых точек
5. Элементы трейд-маркетинга
6. Стратегии продаж pull и push
7. Условия сотрудничества с торговыми сетями
8. 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, А. Г. Управление продажами : учеб. / А. Г. Голова. — Москва: Дашков и К, 2017. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. —280 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/93527> (дата обращения: 04.02.2019). — 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: 04.02.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Меликян, О. М.. Поведение потребителей [Электронный ресурс] / Меликян О. М.. — 4-е, изд.. — Москва: Дашков и К, 2016. — 280 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/93311> (дата обращения: 04.02.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Дробышева, Л. А.. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие [Электронный ресурс] / Дробышева Л. А.. — 5-е изд. . — Москва: Дашков и К, 2017. — 152 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/93471> (дата обращения: 04.02.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6.2. Информационное и программное обеспечение

Интернет-ресурсы:

1. Маркетинг: журнал. — Москва: Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2003-2019. - URL: https://elibrary.ru/title_about.asp?id=8818 (дата обращения: 04.02.2019). — Режим доступа: свободный.
2. Маркетолог: международный профессиональный журнал. — Москва: 2005-2019. — URL: <http://www.marketolog.ru> (дата обращения: 04.02.2019). — Режим доступа: свободный.
3. Маркетинг в России и за рубежом: научно-практический журнал. — Москва: Финпресс, 1999-2019. URL: <http://www.mavriz.ru/about/> (дата обращения: 04.02.2019). — Режим доступа: свободный.
4. Полнотекстовые и реферативные базы данных [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.lib.tpu.ru/html/full-text-db> (дата обращения 14.05.2019). — Режим доступа: из корпоративной сети ТПУ.

Используемое лицензионное программное обеспечение:

1. Microsoft Office 2013 Standard Russian Academic;
2. Google Chrome;
3. Mozilla Firefox ESR;
4. Zoom Zoom

7. Особые требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

В учебном процессе используется следующее оборудование для практических занятий:

№	Наименование специальных помещений	Наименование оборудования
1.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования,	Доска аудиторная настенная - 1 шт.; Комплект учебной мебели на 70 посадочных мест; Компьютер - 1 шт.; Проектор - 1 шт.

№	Наименование специальных помещений	Наименование оборудования
	консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 634034, Томская область, г. Томск, Белинского улица, 53а, 369	

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

Разработчик:

Должность	ФИО
Доцент ШИП	Т.С. Селевич

Программа одобрена на заседании ШИП (протокол от «27» июня 2019 г. № 3).

Директор
Школы инженерного предпринимательства


/А. А. Осадченко/
подпись

Лист изменений рабочей программы дисциплины:

Учебный год	Содержание /изменение	Обсуждено на заседании ШИП/ УС ШИП (протокол)
2020/2021 учебный год	Обновлено содержание, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины с учетом развития науки, культуры, экономики, техники и технологий, социальной сферы	от 29.06.2020 г. №3
	Изменены структура и формы всех документов ООП согласно приказу ТПУ № 127-7/ "Об утверждении форм документов ООП" от 06.05.2020 г.	От 30.06.2020 г. №5