

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 2020 г.**

**ФОРМА ОБУЧЕНИЯ: очная**

**Управление продажами**

Направление подготовки/ специальность	<b>27.04.05 Инноватика</b>		
Образовательная программа (направленность (профиль))	<b>Технологическое брокерство</b>		
Специализация	<b>Технологическое брокерство</b>		
Уровень образования	<b>высшее образование - магистратура</b>		
Курс	<b>2</b>	семестр	<b>3</b>
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	<b>3</b>		
Виды учебной деятельности	<b>Временной ресурс</b>		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции		<b>-</b>
	Практические занятия		<b>32</b>
	Лабораторные занятия		<b>-</b>
	ВСЕГО		<b>32</b>
Самостоятельная работа, ч		<b>76</b>	
в т.ч. отдельные виды самостоятельной работы с выделенной промежуточной аттестацией (курсовой проект, курсовая работа)		<b>Курсовая работа</b>	
ИТОГО, ч		<b>108</b>	

Вид промежуточной аттестации	<b>Экзамен</b>	Обеспечивающее подразделение	<b>ШИП</b>
---------------------------------	----------------	---------------------------------	------------

Руководитель ООП Преподаватель		<b>С.Н. Попова</b>
		<b>Е.И. Карякин</b>

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.

Элемент образовательной программы	Семестр	Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
				Код	Наименование
Управление продажами	3	УК(У)-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК(У)-2.32	Знать современные подходы к управлению проектами, процессов и функций управления инновационными проектами на разных стадиях жизненного цикла
				УК(У)-2.У2	Уметь применять теоретические знания, связанные с организацией управления проектами, в том числе в условиях риска и неопределенности
				УК(У)-2.В2	Владеет навыками 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	Уметь разработать технологию осуществления и коммерциализации разработок
				ПК(У)-1.В1	Владеет навыками выбора технологии коммерциализации инновационного продукта
		ДПК(У)-2	Разрабатывать программы трансфера и коммерциализации инновационных разработок	ДПК(У)-2.33	Знать подходы к продвижению нового продукта инструменты трансфера технологий
				ДПК(У)-2.У3	Уметь разрабатывать план продвижения нового 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 (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-2. ПК(У)-1. ДПК(У)-2.

РД 3	Способность проводить 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.
<b>Раздел 1.</b> Маркетинг в экономической системе	РД 2 РД 3	Лекции	4
		Практические занятия	4
		Самостоятельная работа	25
<b>Раздел 2.</b> Координация и реализация маркетинговых решений	РД 1 РД 2 РД 3	Лекции	6
		Практические занятия	6
		Самостоятельная работа	25
<b>Раздел 3.</b> Организация систем сбыта и управление маркетинговыми коммуникациями	РД 2 РД 1	Лекции	6
		Практические занятия	6
		Самостоятельная работа	26
<b>ИТОГО:</b>		<b>Лекции</b>	<b>16</b>
		<b>Практические занятия</b>	<b>16</b>
		<b>Самостоятельная работа</b>	<b>76</b>

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 лекций:**

1. Изменение потребительского поведения
2. Методы и инструментарий организации маркетинговых коммуникаций и продаж

###### **Темы практических занятий:**

1. Понятие дистрибуции. Определение систем дистрибуции и их трансформация
2. Персональные продажи. 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 лекций:**

1. Теория 4Р и 4С, позиционирование
2. Понятия сегментирования и нишинга
3. УТП и точки продаж

###### **Темы практических занятий:**

1. Модели стратегических решений. Базовые стратегии достижения коммерческих

- целей
2. Активизация продаж
  3. 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 лекций:**

1. Особенности розничных торговых точек. Дистанционные и прямые продажи
2. Мерчендайзинг торговой точки и марки
3. Продвижение торговых точек

#### **Темы практических занятий:**

4. Элементы трейд-маркетинга
5. Стратегии продаж pull и push
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;
- Выполнение курсовой работы.

#### **Темы курсовых работ:**

1. Инструментарий организации маркетинговых коммуникаций и продаж
2. Системы дистрибуции и их трансформация
3. Персональные продажи
4. Сложные продажи
5. Теория 4Р и 4С, позиционирование
6. УТП и точки продаж
7. Модели стратегических решений
8. Базовые стратегии достижения коммерческих целей
9. Модели развития компаний (Л. Грейнера, М.Г. Миллера)
10. Особенности розничных торговых точек
11. Дистанционные и прямые продажи
12. Мерчендайзинг торговой точки и марки
13. Продвижение торговых точек
14. Элементы трейд-маркетинга
15. Стратегии продаж pull и push
16. Условия сотрудничества с торговыми сетями
17. Управление ассортиментом и категорийный менеджмент

## 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>

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

Internet-ресурсы (в т.ч. в среде LMS MOODLE и др. образовательные и библиотечные ресурсы):

1. Информационно-справочных система «Кодекс» - <http://kodeks.lib.tpu.ru/>
2. Научно-электронная библиотека eLIBRARY.RU - <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
3. Электронно-библиотечная система «Консультант студента»  
<http://www.studentlibrary.ru/>
4. Электронно-библиотечная система «Лань» - <https://e.lanbook.com/>

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

1. 7-Zip;
2. Adobe Acrobat Reader DC;
3. Cisco Webex Meetings;
4. Google Chrome;
5. Mozilla Firefox ESR;
6. Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic;
7. Microsoft Office 2016 Standard Russian Academic;
8. Zoom Zoom

**7. Особые требования к материально-техническому обеспечению дисциплины**

В учебном процессе используется следующее лабораторное оборудование для лекционных и практических занятий:

№	Наименование специальных помещений	Наименование оборудования
1.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (компьютерный класс) 634034, Томская область, г. Томск, Усова улица, 7, строен. 6, 109	Комплект оборудования для проведения лекционных и практических занятий по дисциплине «Менеджмент инновационных проектов» Комплект учебной мебели на 26 посадочных мест; Компьютер - 1 шт.
2.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (компьютерный класс) 634034 Томская область, г. Томск, Белинского улица, 53а, 369	Комплект оборудования для проведения лекционных и практических занятий по дисциплине «Менеджмент инновационных проектов» Доска аудиторная настенная - 1 шт.; Комплект учебной мебели на 70 посадочных мест;

Рабочая программа составлена на основе общей характеристики образовательной программы для направления 27.04.05 Инноватика подготовки магистратуры (приема 2020 г., очная форма обучения).

Разработчик(и):

Должность	ФИО
Доцент ШИП	Т.С. Селевич

Программа одобрена на заседании ШИП (протокол от «29» \_\_\_\_\_ 06 \_\_\_\_\_ 2020г. №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)
2021-2022	1. Скорректированы тематики практических занятий	От 30.08.21 №4