

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 16.05.2026 13:29:07
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.04 Управление рынком сбыта

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Маркетинг

(наименование образовательной программы)

Очно-заочная форма обучения

(форма обучения)

Год набора – 2026

Донецк

Автор-составитель РПД:

Берко Анна Константиновна, канд.экон.наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики

Заведующий кафедрой:

Попова Татьяна Александровна, канд.экон.наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и логистики

Рабочая программа дисциплины Б1.В.01.04 Управление рынком сбыта одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 6 от «03» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

Дисциплина Б1.В.01.04 Управление рынком сбыта обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС	Код компетенции	Наименование Компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижения компетенций	Образовательный результат
А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования	ПК-1.	Способен к подготовке к проведению маркетинговых исследований	ПК-1.6.	<i>Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг</i>	ПК-1.6. У-4 Умеет анализировать текущую рыночную конъюнктуру
	ПК-2.	Способен к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.4.	<i>Формирует предложения по совершенствованию товарной политики</i>	ПК-2.4. З-2 Знает рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики
			ПК-2.6.	<i>Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж</i>	ПК-2.6. У-2 Умеет использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

3,00 з.е., 108 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 36 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 16 ак.час на лекции и 16 ак.час на практические занятия. 72 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.В.01.04 Управление рынком сбыта реализуется в 5-м семестре 3-го курса после изучения дисциплин:

- Основы маркетингового планирования
- Поведение потребителей
- Анализ маркетинговой среды

Форма промежуточной аттестации – зачет.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Каттэк	Контроль	СРкр	СРэк		СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Теоретические основы управления предприятия сбытом	10	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	6	Опрос, тестирование, задание открытого типа
Тема 2	Каналы сбыта товаров: сущность, функции, виды участников	10	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	6	Опрос, тестирование, задание открытого типа
Тема 3	Роль и значение торговых посредников в системе сбыта товаров	10	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	6	Опрос, тестирование, контрольная

														точка	
Тема 4	Основные функции и требования к сбытовому персоналу	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	Опрос, тестирование, задание открытого типа
Тема 5	CRM: управление отношениями с клиентами	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	Опрос, тестирование, задание открытого типа
Тема 6	Стимулирование труда сбытового персонала	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	Опрос, тестирование, контрольная точка
Тема 7	Оптовая торговля в системе сбыта товаров	10	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	6	Опрос, тестирование, задание открытого типа
Тема 8	Розничная торговля в системе сбыта товаров	10	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	6	Опрос, тестирование, задание открытого типа
Тема 9	Транспортировка и складирование в системе сбыта товаров	10	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	6	Опрос, тестирование, задание открытого типа
Тема 10	Информационные технологии в системе сбыта товаров	10	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	6	Опрос, тестирование, контрольная точка
Тема 11	Оценка эффективности мероприятий по стимулированию сбыта товаров	10	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	6	Опрос, задание открытого типа

Тема 12	Контроль, анализ выполнения планов, оценка эффективности в системе сбыта	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	Опрос, тестирование, контрольная точка
Промежуточная аттестация		4	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	Зачет
Итого		108	16	0	0	16	0	0	0	4	0	0	72	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Катгэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы управления сбытом предприятия (ПК-1.6, ПК-2.6)

Сущность и основное содержание сбыта продукции. Эволюция сбытовых отношений. Сбытовая деятельность и сбытовая политика: соотношение понятий. Основные принципы деятельности в сфере распределения. Организация и управление службой сбыта промышленного предприятия. Особенности процесса личной продажи товаров промышленного назначения. Логистический и маркетинговый подходы в управлении сбытовой деятельностью.

Тема 2. Каналы сбыта товаров: сущность, функции, виды участников (ПК-2.4, ПК-2.6)

Сущность канала сбыта и функциональные роли его участников. Этапы формирования каналов сбыта. Длина и ширина канала сбыта. Прямые и косвенные каналы. Выбор каналов сбыта в маркетинге. Уровни каналов сбыта. Основные тенденции развития систем распределения товаров. Типы конкуренции и конфликты внутри каналов распределения.

Тема 3. Роль и значение торговых посредников в системе сбыта товаров (ПК-1.6, ПК-2.6)

Экономическое понятие и функциональное назначение посредников. Виды посредников в системе сбыта товаров: независимые, формально независимые, зависимые. Характеристика дилеров, дистрибьюторов, джобберов, брокеров, агентов, комиссионеров, консигнаторов. Анализ процесса выбора посредников. Основные формы распределения товаров на рынке.

Тема 4. Основные функции и требования к сбытовому персоналу (ПК-2.6)

Задачи и функции службы сбыта. Организационные структуры службы сбыта (по функциям, по товарному принципу, по типу покупателей, по географическому принципу). Сферы деятельности и функции сбытового персонала. Требования к персоналу службы сбыта: коммуникативные навыки, знание продукции, навыки продаж, организационные и аналитические способности. Зарубежные методики оценки качества сбытового персонала.

Тема 5. CRM: управление отношениями с клиентами (ПК-2.6)

Сущность CRM-системы (Customer Relationship Management). Основные принципы и цели внедрения CRM. Классификация CRM-систем: операционные, аналитические, комбинированные. Функциональные области CRM-системы: автоматизация службы поддержки (CSS), автоматизация деятельности продавцов (SFA), автоматизация маркетинга (MA). Ключевые направления CRM-систем: оперативная, аналитическая, коллаборационная. Преимущества и недостатки внедрения CRM.

Тема 6. Стимулирование труда сбытового персонала (ПК-2.6)

Принципы и факторы построения эффективных систем оплаты труда сбытовиков. Система оценки деятельности сбытовика и формирование нормативов оплаты труда. Показатели, влияющие на систему премирования

сбытовиков (объем продаж, прибыльность, ценность клиентуры, обновление клиентуры и др.). Материальное и нематериальное стимулирование труда сбытового персонала. Этапы создания системы стимулирования сотрудников отдела сбыта.

Тема 7. Оптовая торговля в системе сбыта товаров (ПК-1.6, ПК-2.6)

Сущность и основное содержание биржевой торговли товарами. Товарная биржа: понятие, функции, виды сделок (оферта, акцепт, форвард, фьючерс, опцион). Сущность и техника аукционной торговли товарами. Виды аукционов, порядок их организации и проведения. Организация и проведение конкурсных торгов (тендеров). Выставки и ярмарки в системе сбыта товаров: понятие, функции, классификация.

Тема 8. Розничная торговля в системе сбыта товаров (ПК-1.6, ПК-2.4)

Сущность, функции и задачи розничной торговли. Розничный товароборот: понятие, структура, факторы влияния. Классификация предприятий розничной торговли: по формам собственности, стратегии, ассортименту. Фирменная торговля в системе распределения товаров: цели, задачи, эффективность. Мерчандайзинг в системе розничной торговли: понятие, цели, задачи, инструменты (выкладка, POS-материалы, атмосфера магазина).

Тема 9. Транспортировка и складирование в системе сбыта товаров (ПК-2.6)

Сущность и значение транспорта в системе распределения товаров. Факторы, влияющие на организацию товародвижения. Характеристика отдельных видов транспорта: автомобильный, железнодорожный, водный, воздушный, трубопроводный (преимущества и недостатки, сферы применения). Критерии выбора вида транспорта. Товарные склады, их назначение и функции в системе сбыта товаров. Классификация складов. Транспортно-экспедиционное обеспечение.

Тема 10. Информационные технологии в системе сбыта товаров (ПК-2.6)

Анализ воздействия процесса цифровизации на экономическое развитие. Информационные технологии в управлении каналами распределения. Виды информационных потоков в каналах сбыта. Информационные системы и технологии в управлении каналами сбыта: CRM, ERP, интернет-технологии, аналитические системы, системы управления запасами, мобильные технологии. Функции информационных технологий в управлении каналами распределения. Преимущества цифровизации каналов сбыта.

Тема 11. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию сбыта товаров (ПК-2.6)

Результаты стимулирования сбыта: атакующее и поддерживающее стимулирование. Оценка эффективности атакующего и поддерживающего стимулирования. Контроль и оценка эффективности стимулирования торгового персонала, посредников и потребителей. Принципы и точность

оценки эффективности стимулирования сбыта. Параметры оценки эффективности сбыта: объем продаж, доля рынка, уровень обслуживания, прибыль, удовлетворенность клиентов, глубина проникновения, лояльность потребителей.

Тема 12. Контроль, анализ выполнения планов, оценка эффективности в системе сбыта (ПК-2.6)

Контроль сбытовой деятельности предприятия: задачи, мероприятия, виды. Ключевые показатели контроля сбытовой деятельности (коэффициенты затрат, охвата клиентов, объема продаж, коммерческих визитов и др.). Анализ рыночной структуры поставок и реализации продукции: концентрационный анализ и анализ структурной близости. Издержки сбыта: виды (производственные, административные, финансовые, маркетинговые, логистические), стратегии снижения.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.01.04 Управление рынком сбыта входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)

<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135). 	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования). 	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>
<p>Задание открытого типа с развернутым ответом</p>	<p>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74			D	P/ Passed
60-69	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
100 баллов	100 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.01.04 Управление рынком сбыта используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

опрос, тестирование, задание открытого типа

Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1. Теоретические основы управления сбытом предприятия (ПК-1.6, ПК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. Назовите, какие исторические события повлияли на развитие и становление сбытовых отношений в системе экономических отношений общества?
2. Определите в чем состоит особенность современной концепции понятия «сбыт» и подходов к построению эффективной сбытовой деятельности?
3. Выполните анализ и раскройте содержание основных определений и содержание ключевых элементов плана по сбыту товаров?

4. Обоснуйте какое значение при оценке комплекса маркетинговых мероприятий в условиях неопределенности отводится сбытовой политике?
5. Выполните анализ и представьте особенности каждого элемента существующей модели взаимодействия сбытовой политики организации в рыночных условиях хозяйствования?
6. Какие документально закрепленные формы применяются в сбытовой политике?
7. Какое значение они имеют в организационно-распорядительной работе предприятий?
8. Опишите какие основные принципы определяют структуру сбытовой деятельности предприятия в настоящее время?
9. Дайте обоснование и раскройте сущность состава, структуру и содержание проводимых маркетинговых исследований рынка товаров?
10. Прокомментируйте логистический и маркетинговый подходы в управлении сбытовой деятельности?

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Организация сбыта продукции - это...
 - А) фактически реализация политики управления по продвижению своего товара на рынок;
 - Б) продажа товара конечному потребителю;
 - В) выбор канала распределения товара;
 - Г) выбор политики для управленческой организации на предприятии.
2. Сбытовая политика- это....
 - А) выбор канала товародвижения;
 - Б) управленческая деятельность на предприятии;
 - В) формирование условий для хранения, складирования и транспортировки готовой продукции;
 - Г) совокупность мер и стратегий, направленных на продвижение и реализацию товаров или услуг на рынке.
3. Основные принципы деятельности в сфере распределения:
 - А) целенаправленность, всесторонность учета маркетинговой информации, комплексность, системность, гибкость;
 - Б) целенаправленность, гибкость, устойчивость, механичность;
 - В) комплексность, целостность, системность, целенаправленность;
 - Г) системность, управляемость, механичность, автономность.
4. Чем конкурентоспособнее цена, тем:
 - А) меньше рынок сбыта продукции;
 - Б) тем шире рынок сбыта продукции;
 - В) ниже выручка от реализации продукции;
 - Г) ниже товарооборот на рынке сбыта.
5. Важной частью управления сбытом продукции являются:

- А) удовлетворение нужд потребителей;
- Б) выбор каналов сбыта продукции;
- В) построение целей на будущие поставки;
- Г) составление годовой отчетности по проделанной работе.

Задание открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания, реализуя свою сбытовую деятельность должна определиться с целесообразностью повышения цены в условиях реакции потребителей на рынке. Известно, что конкурент, на рынке повысив цену в начале календарного года на 1% сократил интерес потребителей к своей продукции на 2%. В конце года конкурент снова повысил цену на 1% при этом потребительский спрос к продукту сократился всего на 0,5%. Руководство компании решило принять прогнозируемый коэффициент эластичность спроса по цене как среднеарифметическую величину изменений конъюнктуры рынка у конкурента за год и повысить цену на 5%. Как изменится размер прибыли компании при сбыте своей продукции?

Постоянные расходы заведения ресторанный хозяйства на весь объем производства продукции составляют 1255 тыс. руб. В среднем переменные затраты на единицу продукции сформированы на уровне - 67 руб., размер прибыли компании - 58% к полной себестоимости. В отчетном году предприятие изготовило и реализовало 86 000 ед. продукта.

Тема 2. Каналы сбыта товаров: сущность, функции, виды участников (ПК-2.4, ПК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. Выполните анализ понятия «канал сбыта»?
2. Прокомментируйте содержание и значение ключевых этапов формирования каналов сбыта?
3. Перечислите и дайте обоснование имеющимся влиятельным критериям отбора канала сбыта в условиях доступности к информации?
4. Опишите основные имеющиеся влиятельные коммуникационные стратегии в канале распределения?
5. Прокомментируйте основные тенденции развития систем распределения товаров?
6. Какое значение имеет конкуренция для типизации современного рынка?
7. Какие основные формы конкуренции и конфликтов можно выделить?

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Канал распределения - это...
 - А) цепочка посредников;
 - Б) путь товара от посредника к посреднику;
 - В) путь, по которому товары движутся от производителей к потребителям;
 - Г) стимулирование сбыта.

2. Оптовые посредники - это...

- А) посредники, которые осуществляют продажу товаров конечным потребителям;
- Б) посредники, которые покупают товары маленькими партиями;
- В) посредники, которые обычно осуществляют продажи другим продавцам, например, розничным торговцам или клиентам-организациям, а не конечным пользователям;
- Г) посредники, которые только информируют своих заказчиков- производителей о возможных покупателях продукции.

3. Розничные торговцы - это...

- А) посредники, которые покупают товары маленькими партиями;
- Б) посредники, которые обычно осуществляют продажи другим продавцам, например, розничным торговцам или клиентам-организациям, а не конечным пользователям;
- В) посредники, которые только информируют своих заказчиков- производителей о возможных покупателях продукции.
- Г) посредники, которые продают товары непосредственно конечным пользователям для удовлетворения их личных потребностей.

4. Факторы формирования сбытовой системы:

- А) особенности конечных потребителей, возможности самого предприятия, характеристика товара, сбытовая политика конкурентов, характеристика и особенности рынка сбыта, сравнительная стоимость различных сбытовых систем;
- Б) особенности конечных потребителей, инфраструктура рынка, возможности посредника, характеристика предприятия, политика управления, цель и миссия предприятия;
- В) особенности сбытовой политики, возможности предприятия, инфраструктура рынка, политика управления, цель и миссия предприятия;
- Г) сбытовая политика конкурентов, особенности конечных потребителей, финансовое состояние предприятия, политика управления.

5. Уровень канала сбыта – это...

- А) число посредников, участвующих в распределении товара;
- Б) количество независимых участников на любом этапе товародвижения;
- В) это любой посредник, который выполняет ту или иную работу по приближению товара и права собственности на него к конечному покупателю;
- Г) общий уровень квалификации посредников в канале сбыта.

Задание открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Исследовать и описать сущность, функции и виды участников каналов сбыта товаров.

Цель задания: получить полное представление о каналах сбыта товаров, их роли и значимости в процессе продажи товаров.

Алгоритм выполнения задания:

1. Изучить теоретический материал о каналах сбыта товаров, их сущности и функциях. Изучить различные определения и подходы к определению каналов сбыта товаров.

2. Изучить основные функции каналов сбыта товаров, такие как распределение товаров, продвижение, хранение, обработка заказов, обслуживание клиентов и т.д. Определить, какие функции являются основными для конкретного вида товара или

отрасли.

3. Изучить различные виды участников каналов сбыта товаров, такие как производители, оптовики, розничные продавцы, посредники и т.д. Описать их роли и функции в процессе сбыта товаров.

4. Составить обзор различных видов каналов сбыта товаров, таких как прямые каналы, косвенные каналы, многоканальные каналы и т.д. Описать особенности каждого вида канала сбыта товаров и привести примеры из практики.

5. Сделать выводы о сущности, функциях и видов участников каналов сбыта товаров на основе проведенного исследования. Определить, какие факторы могут влиять на эффективность и успешность каналов сбыта товаров.

6. Предложить рекомендации по улучшению работы каналов сбыта товаров на основе полученных результатов и выводов. Рассмотреть возможность использования информационных технологий для оптимизации процессов сбыта товаров.

Тема 3. Роль и значение торговых посредников в системе сбыта товаров (ПК-1.6, ПК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. Существует четыре класса посредников, которые могут быть включены в канал сбыта: назовите их и дайте краткую характеристику каждому классу посредников?

2. На практике существуют следующие методы распределения: интенсивное распределение, распределение на правах исключительности, селективное распределение. Дайте характеристику каждому методу?

3. Если предприятие сокращает длину канала, имеет место вертикальная интеграция. Это позволяет предприятию?

4. Если предприятие осуществляет горизонтальную интеграцию, то это позволяет предприятию?

5. Дайте определение прямого канала сбыта. Назовите положительные особенности сбыта товара при прямом канале сбыта?

6. Главный признак классификации посредников – это классификация по выполняемым функциям. Назовите виды посредников по данному признаку и дайте им характеристику?

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. По признаку выполнения функций посредники подразделяются:

- А) оптовики, специализированные;
- Б) оптовики-организаторы, информационные (чистые);
- В) универсальные посредники, специализированные;
- Г) информационно-контактные и поисковые.

2. Распределение товаров, когда производители стремятся обеспечить размещение запасов своих товаров как можно в большем количестве торговых предприятий, называется распределением:

- А) селективным;
- Б) исключительным;
- В) интенсивным;
- Г) общим.

3. Система сбыта, предусматривающая реализацию товаров не через торговые точки, а через агентов-распространителей, которые являются одновременно клиентами фирмы, называется:

- А) закупочной торговлей;
- Б) сетевым маркетингом;
- В) массовым маркетингом;
- Г) договорным маркетингом.

4. Посредник, который предоставляет кредит поставщику:

- А) дистрибьютор;
- Б) розничный торговец;
- В) дилер;
- Г) агент-импортер.

5. Самостоятельные посреднические организации, которые приобретают товары в собственность с дальнейшей реализацией их потребителям, называются:

- А) каналом распределения;
- Б) каналом движения товара;
- В) одноуровневым каналом;
- Г) независимыми посредниками.

Задание открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Фирма производит продукцию, которую обычно продает оптовикам на внутреннем рынке по цене 30 ден.ед. за единицу товара. Мощность фирмы 2000 единиц товара в месяц. В настоящее время ее месячный выпуск составляет 1000 единиц товара. Затраты на производство и сбыт продукции в расчете на единицу товара следующие: материалы – 2 ден.ед.; заработная плата – 7 ден.ед.; прочие переменные издержки – 2 ден.ед.; постоянные издержки – 5 ден.ед.; итого затрат на производство – 16 ден.ед.; переменные затраты на сбыт – 2 ден.ед.; всего затрат – 18 ден.ед.

Фирме было предложено заключить контракт на экспорт 500 единиц товара ежемесячно по цене 15 ден.ед. за единицу товара. В этом случае фирма освобождается от транспортных издержек. Следует ли соглашаться на такой контракт?

Тема 4. Основные функции и требования к сбытовому персоналу (ПК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. Как может быть организована деятельность отдела сбыта?
2. Основные и вспомогательные виды деятельности персонала службы сбыта.
3. Ключевые требования к персоналу службы сбыта.
4. Задачи и функции службы сбыта.

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Какие задачи должна решать служба сбыта на предприятии?

- А) организация маркетинговых исследований; разработка рекламных кампаний; управление производственными процессами; оптимизация логистики;
- Б) определение структуры службы сбыта; определение особенностей кадрового состава службы сбыта; организация работы сбытового персонала; организация системы мотивации персонала отдела сбыта;
- В) разработка технических спецификаций; контроль качества продукции; управление финансовыми потоками; проведение тренингов для сотрудников;
- Г) участие в торгах; формирование бренда; анализ конкурентов; сбор и анализ отзывов клиентов.

2. Какие этапы включает в себя решение первой задачи – определение структуры службы сбыта?

- А) определение целей и задач функционирования службы сбыта; проектирование структурных позиций; разработка штатного расписания;
- Б) определение ключевых клиентов; разработка стратегии продвижения на рынке; формирование команды сбыта; разработка бизнес-плана;
- В) анализ конкурентов; формирование торговой стратегии; определение ценовой политики; создание рекламных материалов;
- Г) исследование рынка; проведение опросов потребителей; анализ социальных тенденций; разработка маркетинговых стратегий.

3. Каким образом реализуется задача по определению способов оценки и отбора сотрудников службы сбыта?

- А) анализ финансовых показателей; проведение маркетинговых исследований; разработка рекламных стратегий; определение потребностей клиентов;
- Б) участие в тендерах и конкурсах; проведение презентаций; разработка партнерских отношений; формирование базы данных клиентов;
- В) определение личностных и профессиональных качеств; определение необходимого уровня готовности сотрудников для ведения продаж;
- Г) определение сферы конкуренции; анализ рыночных трендов; проведение тренингов для сотрудников; контроль выполнения задач.

4. Какое направление стратегического управления подчеркивает важность персонала как ключевой компетенции фирмы?

- А) производственный подход;
- Б) ресурсный подход;
- В) маркетинговый подход;
- Г) технологический подход.

5. Какую роль выполняет сбытовик как учитель в фирме?

- А) обучает клиентов современным технологиям;
- Б) учит разработчиков и производителей понимать рынок;
- В) преподает продавцам эффективные методы продаж;
- Г) осваивает новые продукты и технологии.

Задание открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Годовой план менеджера по продажам составляет 24 млн. руб. Его условный годовой доход (УГД) составляет 2% от годового плана. УГД состоит из постоянной и переменной частей, соотношение между которыми 50:50.

С целью мотивации менеджера по продажам для перевыполнения плана практикуется увеличение процента после выполнения 100% годового плана.

0-100% плана – 1% от дохода; 100-110% плана – 1,5%; 110-120% плана – 2,5%; 120% и больше – 3,5%.

Существуют также бонусы – денежные выплаты, привязанные к достижению заранее оговоренных целей: за достижение 100% продаж выплачивается бонус – 15000 рублей, за достижение 110% – 25000 рублей, за 120% – 35000 рублей, за 130 % – 50000 рублей.

Каким будет фактический годовой доход менеджера по продажам при условиях, если он сделал продажи на 22 млн. руб., 25 млн. руб. и 30 млн. руб.?

Тема 5. CRM: управление отношениями с клиентами (ПК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. Основные компоненты и цели CRM-подхода в управлении продажами.
2. Основные этапы разработки и использования стратегий взаимоотношений.
3. Условия развития благоприятных долгосрочных отношений между покупателем и продавцом.
4. Показатели эффективности системы взаимоотношений с клиентами.

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Что является основной целью внедрения CRM-системы?
 - А) увеличение конкурентоспособности предприятия;
 - Б) оптимизация производства и снижение издержек;
 - В) повышение эффективности управления ресурсами;
 - Г) увеличение степени удовлетворённости клиентов.
2. В стандартные функциональные возможности модуля автоматизации деятельности продавцов (SFA) входит:
 - А) управление деятельностью агентов и продавцов;
 - Б) сбор данных о потенциальных клиентах;
 - В) обеспечение сохранности документов;
 - Г) возможность разработки планов маркетинговых кампаний и средства их проведения.
3. Основой концепции CRM является:
 - А) продавец;
 - Б) потребитель;
 - В) поставщик;
 - Г) розничный торговец.
4. К основным принципам CRM систем не относится:

- А) наличие единого хранилища информации;
- Б) синхронизация управления множественными каналами взаимодействия;
- В) повышение эффективности и совершенствование процессов по обработке продукции;
- Г) постоянный анализ собранной информации о клиентах и принятии соответствующих организационных решений.

5. Какой модуль CRM системы создает базовый уровень взаимодействия организации и ее клиентов?

- А) SFA;
- Б) MA;
- В) ERP;
- Г) CSS.

Задание открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Дайте обоснование актуальности применения отделом сбыта CRM-системы. Составьте таблицу «Преимущества и недостатки применения CRM-систем». На примере конкретного предприятия обоснуйте эффект от внедрения CRM-системы.

Тема 6. Стимулирование труда сбытового персонала (ПК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. Какие проблемы связаны с оплатой труда сбытового персонала?
2. Какие принципы можно использовать для построения эффективных систем оплаты труда сбытовиков?
3. Какая система оценки деятельности сбытовика может быть использована для формирования нормативов оплаты труда?
4. Как осуществляется оплата труда руководителей службы сбыта и какие факторы влияют на их заработную плату?
5. Назовите принципы построения эффективных систем оплаты труда сбытовиков.

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Какой принцип является основным при построении эффективной системы оплаты труда сбытовиков?
 - А) равные возможности для всех сотрудников;
 - Б) четкость и прозрачность правил конкурса;
 - В) справедливая оценка и награждение;
 - Г) учет индивидуальных особенностей.
2. Что включает в себя система оценки деятельности сбытовика?
 - А) определение критериев оценки;
 - Б) проведение конкурса;
 - В) выплата премии;
 - Г) учет индивидуальных особенностей.

3. Какие методы можно использовать для стимулирования труда сбытового персонала?

- А) предоставление привлекательных и стимулирующих наград;
- Б) проведение обратной связи с участниками;
- В) регулярное проведение конкурсов;
- Г) учет индивидуальных особенностей.

4. Что является основным принципом при формировании нормативов оплаты труда сбытовиков?

- А) равные возможности для всех сотрудников;
- Б) четкость и прозрачность правил конкурса;
- В) справедливая оценка и награждение;
- Г) учет индивидуальных особенностей.

5. Какие факторы следует учитывать при определении размера премии для сбытовиков?

- А) достижение поставленных целей и показателей продаж;
- Б) уровень удовлетворенности клиентов;
- В) эффективность работы в команде;
- Г) учет индивидуальных особенностей.

Тема 7. Оптовая торговля в системе сбыта товаров (ПК-1.6, ПК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. Определите цель и основные аспекты торговли товарами на бирже.
2. Укажите разновидности сделок, которые заключаются на бирже.
3. Организация аукционов для различных товаров имеет свои уникальные особенности, зависящие прежде всего от характеристик товара.
4. Обозначьте основной порядок проведения аукционов.
5. Чем отличаются товары, торгуемые на бирже, от тех, что на аукционе?
6. Как осуществляется организация и проведение торгов по конкурсной системе?
7. Место выставок и ярмарок в процессе товародвижения.
8. Укажите категории оптовых ярмарок в зависимости от их местоположения.
9. Для каких рыночных сценариев применяются сделки по форвардам?
10. При проведении тендера обеспечивается конкуренция между продавцами или покупателями?
11. Какой основной метод применяется для организации оптовой продажи товаров на ярмарках и выставках?

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Товарная биржа - это:

- А) постоянный оптовый рынок для товаров с уникальными свойствами, осуществляющий торговлю по биржевым контрактам;
- Б) постоянный оптовый рынок товаров, соответствующих стандартам биржи;
- В) постоянный оптовый рынок, где продаются взаимозаменяемые товары по

биржевым контрактам;

Г) оптовый рынок, который периодически работает и предоставляет возможность продажи взаимозаменяемых товаров по биржевым контрактам.

2. Биржевые товары представляют:

А) товары с уникальными и специфическими характеристиками;

Б) продукты питания и непродовольственные товары;

В) взаимозаменяемые товары, сопоставимые по функциональному назначению, качеству, характеристикам и цене;

Г) сельскохозяйственную продукцию и цветные металлы.

3. Виды аукционов в зависимости от участников включают:

А) тендерные аукционы и аукционы втемную (заочные);

Б) конкурсные торги и принудительные аукционы;

В) аукционы покупателей и аукционы продавцов;

Г) английские и голландские аукционы.

4. Оптовая ярмарка представляет собой:

А) оптовый рынок, который может функционировать постоянно или периодически, обеспечивая продажу взаимозаменяемых товаров;

Б) оптовый рынок, где товары различных отраслей продаются по образцам и каталогам, действующий постоянно или периодически;

В) оптовый рынок, специализирующийся на товарах с уникальными характеристиками и художественными свойствами, работающий постоянно;

Г) оптовый рынок, ориентированный на продажу сельскохозяйственного сырья и продовольствия, действующий для стимулирования сельскохозяйственного производства.

5. Функции ярмарочного комитета:

А) определение сроков, места проведения, создание структурных подразделений и установление порядка работы оптовой ярмарки;

Б) определение сроков, места проведения, регистрация сделок, проведение маркетинговых исследований;

В) определение сроков, места проведения, разрешение споров, сервисное обслуживание участников ярмарки;

Г) определение сроков, места проведения, определение состава покупателей, транспортное обслуживание участников и отчетность перед ними о результатах ярмарки.

Задание открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Фирма производит и продает товар, для которого определены следующие показатели в расчете на единицу продукции: цена реализации 120 ден.ед.; затраты: сырье 40 ден.ед.; заработная плата 15 ден.ед.; прочие переменные издержки 5 ден.ед.; постоянные затраты 50 ден.ед. Итого - 110 ден.ед.; прибыль - 10 ден.ед.

Предполагается, что переменные затраты являются пропорциональными объему производства. Фирма реализует 10 тыс. шт. товара в месяц, но имеет производственные мощности по выпуску 25 тыс. шт. товара в месяц.

Необходимо проанализировать возможность получения большей прибыли в случае изменения цены реализации. В качестве основы для анализа приведен расчет

зависимости между ценой и объемом реализации:

Цена реализации, ден. Ед.	Объем реализации, тыс. шт.	Цена реализации, ден. Ед.	Объем реализации, тыс. шт.
150	5	110	15
140	6	100	18
130	8	90	22
120	10	80	25

Предприятие рассматривает также предложение иностранного покупателя, который готов закупить до 25 тыс. шт. товара в месяц по цене 90 ден.ед. за штуку. Однако необходимо учитывать, что в таком случае предприятие понесет дополнительные затраты по транспортировке товара в размере 15 ден.ед. на 1 шт. экспортируемой продукции.

Тема 8. Розничная торговля в системе сбыта товаров (ПК-1.6, ПК-2.4)

Вопросы для опроса:

1. Дайте определение и раскройте сущность розничной торговли.
2. Охарактеризуйте функции розничной торговли.
3. По каким признакам классифицируются предприятия розничной торговли?
4. Какую роль играет фирменная торговля в системе распределения товаров?
5. Раскройте понятие и значение мерчандайзинга в розничной торговле.

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Розничная торговля отличается от оптовой торговли:
А) нет отличий;
Б) продажей товаров мелкими партиями;
В) продажей товаров населению для личного потребления;
Г) количеством поставщиков.
2. Функции предприятий розничной торговли:
А) формирование рационального товарного ассортимента;
Б) определение спроса и предложения на конкретные виды товаров;
В) содействие кооперированию предприятий и загрузка их свободных мощностей;
Г) кредитование товаропроизводителей и потребителей.
3. Предприятия розничной торговли бывают:
А) штучно-партионные;
Б) посылочные;
В) выходного дня;
Г) передвижные.
4. Супермаркет – это
А) большие продовольственные магазины с отделами отдельных товаров продовольственного направления;
Б) торговые организации, которые занимаются продажей товаров одной товарной

группы;

В) торговая организация, которая осуществляет продажу товаров ограниченного ассортимента.

5. Внемагазинные формы продажи в розничной торговле:

А) мелкорозничная стационарная торговая сеть (павильоны, киоски);

Б) мелкорозничная передвижная сеть;

В) магазины-автоматы;

Г) через телемагазины и компьютерные сети (интернет, электронный магазин).

Задание открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Предприятие заключает договора о поставках. Для продукта «А» решено воспользоваться услугами регионального склада. Продукт «Б» будет доставлен к потребителю транспортной фирмой по договору. Продукт «С» руководство предприятия решило отправлять потребителю непосредственно с предприятия, продукт «Д» по экспорту по рекомендации коммивояжера – через сбытовой филиал за границей.

Определите:

1. Тип сбыта для каждого из продуктов. Выполните иллюстрацию возможных каналов сбыта.

2. Предприятие планирует расширить производство марочных товаров. Какой тип сбыта и возможные каналы сбыта порекомендуете освоить предприятию.

Тема 9. Транспортировка и складирование в системе сбыта товаров (ПК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. В чем заключается роль транспортного обслуживания в системе товародвижения?
2. Приведите сравнительную характеристику отдельных видов транспорта, выявите преимущества и недостатки каждого из них.
3. Дайте определение понятию «склад», «товарный склад».
4. Охарактеризуйте задачи и функции товарного склада.
5. По каким признакам классифицируются товарные склады, приведите примеры.

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Данные подразделения оптовых баз предназначены для накопления и хранения товарных запасов, комплектования торгового ассортимента товаров, реализации товаров:

А) кладовые;

Б) холодильные камеры;

В) склады;

Г) зоны ожидания.

2. Транспортное обслуживание можно определить, как:

- А) бесперебойное снабжение розничной торговой сети товарами;
- Б) деятельность, связанную с процессом перемещения грузов и пассажиров в пространстве и во времени и предоставлением сопутствующих этой деятельности транспортных услуг;
- В) совокупность фирм или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-то другому право собственности на конкретный товар или услугу на их пути от производителя к потребителю;
- Г) структурное подразделение оптовой или розничной торговли.

3. Недостатком автомобильного транспорта является:

- А) низкая маневренность;
- Б) высокая себестоимость перевозки на дальние расстояния;
- В) низкая продуктивность работы;
- Г) качество перевозки.

4. К факторам, которые обеспечивают рациональную организацию складирования и хранения продукции не относится:

- А) обеспечение максимального уровня механизации и автоматизации переработки грузов;
- Б) обеспечение оборудованием для сохранения максимального количества груза;
- В) выделение минимального пространства под рабочие;
- Г) адресное хранение продукции.

5. В современных условиях склады выполняют такие функции:

- А) преобразование производственного ассортимента в потребительский;
- Б) консолидация и разукрупнение грузов;
- В) складирование и хранение продукции;
- Г) все ответы верные.

Задание открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Фирма-производитель *A*, выпускающая лакокрасочные материалы, расположилась на расстоянии 630 км от фирмы *B*. Обе фирмы реализуют продукцию одинакового качества. Чтобы расширить границы рынка, фирма *A* решила использовать склад на расстоянии 230 км. Доставка на склад осуществляется крупными партиями и оттуда распределяется между потребителями. Затраты, связанные с организацией склада, составляют 0,63 у.е. (данные табл.).

Исходные данные

Показатель	Обозначение	Значение
1. Расстояние между фирмами, км	<i>L1</i>	630
2. Расстояние от фирмы <i>A</i> до склада, км	<i>L2</i>	230
3. Тариф на доставку продукции фирмы <i>A</i> , у.е./км	<i>CTA</i>	0,65
4. Производственные затраты фирмы <i>A</i> , у.е	<i>CPA</i>	2
5. Затраты на склад, у.е	<i>ЗСК</i>	0,63
6. Тариф на доставку продукции фирмы <i>B</i> , у.е./км	<i>CTB</i>	0,51
7. Производственные затраты фирмы <i>B</i> , у.е	<i>CPB</i>	5

Тема 10. Информационные технологии в системе сбыта товаров (ПК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. Какие функции выполняют информационные технологии в управлении каналами

распределения?

2. Как информационные технологии помогают автоматизировать процессы заказа и доставки товаров?
3. Как информационные технологии помогают управлять запасами и контролировать движение товаров?
4. Как информационные технологии помогают анализировать данные о продажах и потребительском спросе?
5. Как информационные технологии помогают оптимизировать ценовую политику и маркетинговые акции?
6. Какие преимущества предоставляют информационные технологии в управлении каналами распределения?

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Какие преимущества может принести цифровизация для экономического развития России?

- А) улучшение эффективности бизнес-процессов и снижение издержек;
- Б) развитие инноваций и создание новых рабочих мест;
- В) улучшение доступа к услугам и повышение уровня жизни населения;
- Г) все вышеперечисленное.

2. Какие риски связаны с процессом цифровизации для экономического развития России?

- А) угроза кибербезопасности и возможность хакерских атак;
- Б) неравномерное распределение цифровых технологий по регионам страны;
- В) потеря рабочих мест в результате автоматизации процессов;
- Г) все вышеперечисленное.

3. Какие функции выполняют информационные технологии в управлении каналами распределения?

- А) автоматизация процессов заказа и доставки товаров;
- Б) управление запасами и контроль за движением товаров;
- В) анализ данных о продажах и потребительском спросе;
- Г) все вышеперечисленные функции.

4. Какие преимущества предоставляют информационные технологии в управлении каналами распределения?

- А) улучшение эффективности и точности управления запасами;
- Б) сокращение времени доставки товаров и повышение уровня обслуживания клиентов;
- В) оптимизация ценовой политики и маркетинговых акций;
- Г) все вышеперечисленные преимущества.

5. Какие проблемы могут возникнуть при внедрении информационных технологий в управлении каналами распределения?

- А) высокие затраты на внедрение и обновление систем;

- Б) сложности с интеграцией различных информационных систем;
- В) неправильная настройка и использование систем;
- Г) все вышеперечисленные проблемы.

Задание открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

1. Проведите исследование рынка и выберите несколько компаний, которые успешно используют информационные технологии в управлении своими каналами распределения.

2. Составьте список функций, которые выполняют информационные технологии в управлении каналами распределения на примере выбранных компаний.

3. Изучите процессы заказа и доставки товаров в выбранных компаниях и опишите, как информационные технологии помогают автоматизировать эти процессы.

4. Изучите процессы управления запасами и контроля движения товаров в выбранных компаниях и опишите, как информационные технологии помогают эффективно управлять запасами и контролировать движение товаров.

5. Изучите способы анализа данных о продажах и потребительском спросе в выбранных компаниях и опишите, как информационные технологии помогают анализировать эти данные и принимать соответствующие решения.

6. Изучите способы оптимизации ценовой политики и проведения маркетинговых акций в выбранных компаниях и опишите, как информационные технологии помогают оптимизировать цены и проводить эффективные маркетинговые акции.

7. Составьте список преимуществ, которые предоставляют информационные технологии в управлении каналами распределения на примере выбранных компаний.

8. Изучите процессы доставки товаров в выбранных компаниях и опишите, как информационные технологии помогают сократить время доставки и повысить уровень обслуживания клиентов.

9. Изучите способы улучшения анализа данных о продажах и потребительском спросе в выбранных компаниях и опишите, как информационные технологии помогают улучшить анализ этих данных и принимать соответствующие решения.

10. Изучите способы оптимизации ценовой политики и проведения маркетинговых акций в выбранных компаниях и опишите, как информационные технологии помогают оптимизировать цены и проводить эффективные маркетинговые акции.

По результатам исследования и анализа, подготовьте отчет, в котором сравните использование информационных технологий в управлении каналами распределения в выбранных компаниях и сделайте выводы о преимуществах и значимости информационных технологий в данной сфере.

Тема 11. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию сбыта товаров (ПК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. Какие конкретные цели предприятие планирует достичь с помощью стимулирующих мероприятий?
2. Какие ключевые показатели производительности нужно использовать для оценки

эффективности стимулирующих мероприятий?

3. Какие базовые показатели предприятие будет использовать для сравнения фактических результатов и оценки эффективности мероприятий?
4. Какие внешние факторы учитываются при оценке эффективности мероприятий?
5. Какую обратную связь предприятие получает от персонала о эффективности мероприятий и как ее использует для улучшения?

Задание открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания, занимающаяся продажей продовольственных товаров, работает в шести регионах. Объемы продаж в регионах составили: 1-й – 20%, 2-й – 7%, 3-й – 18%, 4-й – 11%, 5-й – 19%, 6-й – 25%. Население регионов характеризуется следующими цифрами – 1млн. чел., 1млн. 400 тыс.чел., 700 тыс. чел., 140 тыс. чел., 420 тыс. чел., 112 тыс. чел. Население России принимается 140 млн. чел. Провести классификацию рынков компании и определить наиболее оптимальные рынки.

Тема 12. Контроль, анализ выполнения планов, оценка эффективности в системе сбыта (ПК-2.6)

Вопросы для опроса:

1. Какие методы контроля сбытовой деятельности можно использовать на предприятии?
2. Какие показатели следует анализировать при оценке рыночной структуры поставок и реализации продукции?
3. Какие издержки могут возникать при осуществлении сбыта продукции?
4. Какие факторы могут повлиять на эффективность сбытовой деятельности предприятия?
5. Какие стратегии можно применить для снижения издержек сбыта?

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Какие издержки включаются в производственные издержки?
А) зарплаты сотрудников;
Б) реклама;
В) энергия;
Г) аренда офисных помещений.
2. Какие расходы относятся к административным издержкам?
А) логистика;
Б) расходы на учет и аудит;
В) затраты на материалы;
Г) исследования рынка.
3. Какие издержки связаны с маркетингом?
А) транспортировка товаров;
Б) создание и поддержка бренда;

В) упаковка товаров;

Г) затраты на сырье.

4. Какие расходы относятся к логистическим издержкам?

А) расходы на учет и аудит;

Б) затраты на рекламу;

В) транспортировка и доставка товаров;

Г) энергия.

5. Какие издержки связаны с финансовыми операциями компании?

А) зарплаты сотрудников;

Б) проценты по кредитам;

В) расходы на материалы;

Г) исследования рынка.

Задание открытого типа:

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Проведите анализ издержек сбыта на примере выбранной компании.

Для проведения анализа издержек сбыта на примере выбранной компании, необходимо:

1. Идентифицировать основные затраты, связанные с сбытом, такие как зарплаты сотрудников отдела сбыта, расходы на рекламу и маркетинг, транспортные и логистические расходы, затраты на упаковку и хранение товаров, комиссионные и вознаграждения для посредников и дистрибьюторов.

2. Оценить долю каждой издержки в общих расходах компании и определить их влияние на прибыльность.

3. Изучить возможности оптимизации каждой издержки, например, сокращение рекламных расходов путем выбора более эффективных каналов продвижения, улучшение логистических процессов для снижения транспортных расходов, сокращение комиссионных путем прямых поставок клиентам.

4. Разработать и предложить меры для оптимизации издержек сбыта, учитывая специфику выбранной компании и ее рынка.

Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 10 (десять) баллов.

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент
КТ 1	10
КТ 2	10
КТ 3	10
КТ 4	10
Итого:	40

5.2. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1. Темы 1, 2, 3

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Прочитайте текст задания, выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите номер (или букву) выбранного варианта ответа.

1. Что из перечисленного относится к преимуществам прямого канала сбыта для производителя?

- А) снижение логистических затрат за счет масштаба
- Б) полный контроль над ценой и презентацией товара
- В) доступ к широкой клиентской базе посредника
- Г) разделение рисков непродажи с посредником

2. Какой тип посредника приобретает товар в собственность, но при этом не занимается его хранением и доставкой, а передает заказ напрямую производителю (система «дропшиппинг»)?

- А) дистрибьютор
- Б) джоббер
- В) дропшиппер
- Г) брокер

3. Логистический подход к управлению сбытом в отличие от маркетингового в первую очередь ориентирован на:

- А) изучение потребительских предпочтений
- Б) оптимизацию материальных и информационных потоков
- В) разработку рекламной стратегии
- Г) сегментацию рынка

4. Если компания использует стратегию «проталкивания» (push) в канале сбыта, то основные маркетинговые усилия направлены на:

- А) конечного потребителя через рекламу
- Б) посредников, чтобы стимулировать их включить товар в ассортимент
- В) государственные регулирующие органы
- Г) конкурентов с целью их демотивации

5. Что понимается под «шириной» канала сбыта?

- А) количество уровней посредников в канале
- Б) общая протяженность логистических маршрутов
- В) количество независимых участников на одном уровне канала
- Г) ассортиментная ширина товарной линейки

Задание закрытого типа на установление соответствия

Прочитайте текст задания. Сопоставьте элементы списка 1 с элементами списка 2, сформируйте пары элементов. Запишите попарно буквы и цифры (например, А1, Б4).

6. Установите соответствие между типом посредника и его основной функцией:

Тип посредника	Функция
А) Дилер	1) Действует от имени производителя, получает комиссию, не принимает товар на свой склад
Б) Брокер	2) Работает от своего имени и за свой счет, продает товары конечным потребителям, часто с постпродажным обслуживанием
В) Комиссионер	3) Сводит продавца и покупателя, не участвует в расчетах, не принимает товар на себя
Г) Дистрибьютор	4) Осуществляет оптовые закупки, формирует запасы, обслуживает розничную сеть на закрепленной территории

Задание комбинированного типа

Прочитайте текст задания, выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите номер (или букву) выбранного варианта ответа, а также приведите аргументы, обосновывающие ваш выбор.

7. Предприятие-производитель приняло решение отказаться от услуг оптовых посредников и продавать товар напрямую в розничные сети. Как изменится структура канала сбыта?

- А) канал станет длиннее (увеличится количество уровней)
- Б) канал станет короче (уменьшится количество уровней)
- В) ширина канала уменьшится
- Г) длина и ширина канала не изменятся

Задание открытого типа с развернутым ответом

Прочитайте текст задания, проанализируйте предложенную ситуацию. Дайте развернутый обоснованный ответ, используя четкие компактные формулировки.

8. Компания «Альфа» производит элитную парфюмерию. В течение многих лет она продавала свою продукцию через сеть эксклюзивных дистрибьюторов в каждом регионе. В последнее время продажи стали падать. Маркетинговое исследование показало, что потребители все чаще покупают парфюмерию через интернет-магазины (Ozon, Wildberries) и в монобрендовых бутиках конкурентов, где ниже цены и шире ассортимент. Дистрибьюторы «Альфы» не хотят снижать цены и не развивают онлайн-продажи.

Вопросы:

1. Какой тип конфликта в канале сбыта возник у компании «Альфа» (вертикальный или горизонтальный)? Обоснуйте.

2. Предложите два варианта изменения сбытовой стратегии для компании «Альфа».

КТ – 2. Темы 4, 5, 6

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Прочитайте текст задания, выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите номер (или букву) выбранного варианта ответа.

1. Какое направление стратегического управления персоналом делает акцент на

персонале как на ключевом ресурсе и источнике конкурентного преимущества?

- А) производственный подход
- Б) ресурсный подход
- В) маркетинговый подход
- Г) технологический подход

2. Какой стандартный блок CRM-системы отвечает за автоматизацию взаимодействия с клиентами в call-центре, обработку обращений и ведение базы знаний?

- А) SFA (Sales Force Automation)
- Б) MA (Marketing Automation)
- В) CSS (Customer Service & Support)
- Г) ERP (Enterprise Resource Planning)

3. Принцип «базирование на оценке» при построении системы оплаты труда сбытового персонала означает, что заработная плата должна зависеть от:

- А) стажа работы в компании
- Б) личной симпатии руководителя
- В) объективных результатов деятельности и вклада в достижение целей компании
- Г) количества отработанных часов

4. Что из перечисленного относится к методам нематериальной мотивации сбытового персонала?

- А) выплата процента от продаж
- Б) публичное признание достижений (доска почета, грамота)
- В) оплата мобильной связи
- Г) предоставление служебного автомобиля

5. В модели компетенций сбытовика «общительность» относится к категории:

- А) профессиональные навыки
- Б) личные качества
- В) технические знания
- Г) управленческие способности

Задание закрытого типа на установление последовательности

Прочитайте текст задания. Постройте верную последовательность из предложенных элементов. Запишите буквы в нужном порядке (например, А, Б, В, Г).

6. Установите правильную последовательность этапов создания системы стимулирования сотрудников отдела сбыта:

- А) Моделирование и настройка новой системы мотивации (перерасчет зарплаты за истекший период)
- Б) Описание системы «как есть» (анализ текущих функций и полномочий)
- В) Внедрение системы и регулярный мониторинг
- Г) Проектирование целевой модели «как надо» (разработка целей, KPI, инструментов стимулирования)

Задание комбинированного типа

Прочитайте текст задания, выберите один правильный ответ из

предложенных вариантов. Запишите номер (или букву) выбранного варианта ответа, а также приведите аргументы, обосновывающие ваш выбор.

7. Компания внедрила CRM-систему, но через полгода продажи не выросли, а сотрудники жалуются на неудобство и тратят больше времени на заполнение карточек, чем на звонки. В чем, скорее всего, заключается основная причина неудачи?

- А) CRM-система слишком дорогая
- Б) выбран неправильный тип CRM (операционная вместо аналитической)
- В) не проведено обучение персонала и не настроены бизнес-процессы под систему
- Г) в компании нет отдела маркетинга

Задание открытого типа с развернутым ответом

Прочитайте текст задания, проанализируйте предложенную ситуацию. Дайте развернутый обоснованный ответ.

8. В отделе продаж компании «Бета» работает 10 менеджеров. Система оплаты: небольшой оклад (30%) и ежемесячная премия (70%) за выполнение индивидуального плана продаж (100% премии – при выполнении плана на 100%, 0% – при выполнении менее 70%). В последние месяцы менеджеры стали «делить» крупных клиентов, скрывать информацию о перспективных сделках друг от друга, а общая эффективность отдела не растет.

Вопросы:

1. Какие негативные последствия для компании порождает действующая система мотивации?

2. Предложите изменения в системе КРП и премирования, чтобы стимулировать командную работу и общий рост продаж.

КТ – 3. Темы 7, 8, 9

Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Прочитайте текст задания, выберите несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Запишите номера (или буквы) выбранных вариантов ответа.

1. Какие из перечисленных функций относятся к функциям розничной торговли? (Выберите несколько вариантов)

- А) разбивка крупных партий товара на единичные экземпляры
- Б) хранение товарных запасов
- В) производство сырья для товаров
- Г) кредитование покупателей (продажа в кредит)
- Д) оптовая закупка у производителей для перепродажи другим оптовикам

2. Какие виды аукционов предполагают повышение цены в процессе торгов? (Выберите несколько вариантов)

- А) английский аукцион
- Б) голландский аукцион
- В) открытый аукцион с повышением цены
- Г) аукцион втемную (заочный)
- Д) тендер

3. Какие из перечисленных характеристик являются преимуществами железнодорожного транспорта? (Выберите несколько вариантов)

- А) высокая скорость доставки «от двери до двери»
- Б) низкая себестоимость перевозки на дальние расстояния
- В) регулярность перевозок независимо от погодных условий
- Г) возможность доставки в любую точку без дополнительных перегрузок
- Д) высокая грузоподъемность

Задание закрытого типа на установление соответствия

Прочитайте текст задания. Сопоставьте элементы списка 1 с элементами списка 2, сформируйте пары элементов. Запишите попарно буквы и цифры (например, А1, Б2).

4. Установите соответствие между типом товарного склада и его характеристикой:

Тип склада	Характеристика
А) Склад общего пользования	1) Принадлежит конкретной компании, обслуживает только ее потребности
Б) Склад-холодильник	2) Предоставляет услуги хранения разным клиентам на коммерческой основе
В) Таможенный склад	3) Хранение товаров с соблюдением специального температурного режима
Г) Собственный склад производителя	4) Товары хранятся под контролем таможни без уплаты пошлин

Задание комбинированного типа

Прочитайте текст задания, выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите номер (или букву) выбранного варианта ответа, а также приведите аргументы, обосновывающие ваш выбор.

5. Что произойдет с уровнем сервиса и затратами на хранение, если компания перейдет от системы «поставка один раз в месяц крупной партией» к системе «еженедельные поставки мелкими партиями»?

- А) уровень сервиса снизится, затраты на хранение вырастут
- Б) уровень сервиса вырастет, затраты на хранение снизятся
- В) уровень сервиса вырастет, затраты на хранение вырастут
- Г) уровень сервиса не изменится, затраты на хранение снизятся

Задание открытого типа с развернутым ответом

Прочитайте текст задания, проанализируйте предложенную ситуацию. Дайте развернутый обоснованный ответ, при необходимости выполните расчеты.

6. Торговая компания «Гамма» закупает бытовую технику и продает ее через собственный интернет-магазин. Текущие затраты на складирование (аренда склада, зарплата персонала) составляют 200 000 руб. в месяц. Средний запас на складе – 30 000 единиц товара. Средний объем продаж – 15 000 единиц в месяц. Время доставки товара от поставщика – 14 дней.

Вопросы:

1. Рассчитайте оборачиваемость запасов в месяцах и в разгах за месяц.
2. Что произойдет с затратами на хранение, если компания сократит средний запас до 20 000 единиц при неизменном объеме продаж?
3. Какие риски возникают при сокращении страхового запаса? Как их минимизировать?

КТ – 4. Темы 10, 11, 12

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Прочитайте текст задания, выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите номер (или букву) выбранного варианта ответа.

1. Какая цифровая технология позволяет отслеживать движение товара в реальном времени без прямого контакта (считывание радиосигнала)?
 - А) ERP-система
 - Б) RFID-метки
 - В) CRM-система
 - Г) GPS-навигация
2. Коэффициент затрат на сбыт рассчитывается как:
 - А) объем продаж / расходы на сбыт
 - Б) расходы на сбыт / объем продаж
 - В) прибыль / расходы на сбыт
 - Г) расходы на сбыт / количество клиентов
3. Что из перечисленного относится к логистическим издержкам в системе сбыта?
 - А) расходы на телевизионную рекламу
 - Б) проценты по кредиту на закупку товара
 - В) затраты на транспортировку и складскую обработку
 - Г) зарплата директора по маркетингу
4. Если при проведении стимулирующей акции объем продаж вырос, но после ее окончания упал ниже исходного уровня, это свидетельствует о:
 - А) долгосрочном эффекте стимулирования
 - Б) эффекте «каннибализации» продаж будущих периодов
 - В) отсутствии влияния стимулирования
 - Г) удачной стратегии атакующего стимулирования
5. Показатель «глубина проникновения» (market penetration) оценивает:
 - А) долю рынка компании в денежном выражении
 - Б) процент потребителей, которые хотя бы раз купили товар компании
 - В) количество повторных покупок одним клиентом
 - Г) средний чек одной покупки

Задание закрытого типа на установление последовательности

Прочитайте текст задания. Постройте верную последовательность из предложенных элементов. Запишите буквы в нужном порядке (например, А, Б, В, Г).

6. Установите правильную последовательность этапов контроля и оценки эффективности стимулирования сбыта:
 - А) Корректировка стратегии на основе результатов

- Б) Установление конкретных целей и выбор КРІ
- В) Постоянный мониторинг и сбор данных
- Г) Сравнение фактических результатов с базовыми показателями

Задание комбинированного типа

Прочитайте текст задания, выберите один правильный ответ из предложенных вариантов. Запишите номер (или букву) выбранного варианта ответа, а также приведите аргументы, обосновывающие ваш выбор.

7. Компания внедрила новую информационную систему управления запасами. Через три месяца оборачиваемость запасов выросла на 20%, но при этом количество жалоб на отсутствие товара в продаже увеличилось на 15%. Как можно интерпретировать этот результат?

- А) система работает идеально, рост жалоб – случайность
- Б) система настроена на избыточное сокращение запасов (дефицит)
- В) система не влияет на управление запасами
- Г) вырос спрос, и компания не успевает его удовлетворить

Задание открытого типа с развернутым ответом

Прочитайте текст задания, проанализируйте предложенную ситуацию. Дайте развернутый обоснованный ответ.

8. Компания «Дельта» производит сезонный товар – обогреватели. Пик продаж приходится на октябрь-ноябрь. В 2023 году компания провела агрессивную рекламную кампанию в интернете и предложила скидку 20% при покупке в сентябре. В результате объем продаж в сентябре вырос в 3 раза по сравнению с прошлым годом, но в октябре продажи упали на 40% по сравнению с прошлым годом.

Вопросы:

1. Какой эффект стимулирования сбыта проявился в данной ситуации?
2. Рассчитайте общий объем продаж за два месяца (сентябрь+октябрь) в 2023 году, если в прошлом году в сентябре продали 500 единиц, а в октябре – 2000 единиц.
3. Стоило ли компании проводить такую акцию? Аргументируйте ответ.

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

Критерии оценивания тестовых заданий:

Баллы	Описание критерия	
4-5	90-100% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
3-4	60-89% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
2-3	26 - 59% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.

0-1	0 - 25% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.
-----	-----------------------------	---

0* - в журнал академической группы не выставляется

Критерии оценивания практических заданий:

Баллы	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
4-5	Полный, развернутый ответ, глубокое знание, практические задания без ошибок
2-3	Развернутый ответ, небольшие неточности, практические задания с мелкими ошибками
0-1	Ответ недостаточно полный, слабая аргументация, ошибки в практических заданиях

5.3. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий.

Для решения практических заданий студенту разрешается использование калькулятора.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме *зачета*.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Тема 1. Теоретические основы управления сбытом предприятия (ПК-1.6, ПК-2.6)

1. Сущность и основное содержание системы сбыта продукции.
2. Отличительные особенности системы сбыта потребительских и промышленных товаров.
3. Способы выхода предприятий на международный рынок.
4. Разработка маркетинговой программы для зарубежного рынка.
5. Организация управления маркетингом на внешнем рынке.

Тема 2. Каналы сбыта товаров: сущность, функции, виды участников (ПК-2.4, ПК-2.6)

1. Сущность канала распределения и функциональные роли его участников.
2. Выбор каналов распределения в маркетинге.
3. Основные тенденции развития систем распределения товаров (вертикальные, горизонтальные и многоканальные маркетинговые системы).
4. Типы конкуренции и конфликты внутри каналов распределения.
5. Основные формы распределения товаров на рынке.
6. Коммуникационные стратегии в канале распределения.
7. Стратегии дифференциации дистрибьютора на рынке.
8. Стратегии позиционирования торговой точки на рынке.

Тема 3. Роль и значение торговых посредников в системе сбыта товаров (ПК-1.6, ПК-2.6)

1. Экономическое понятие и функциональное назначение посредников.
2. Виды посредников в системе сбыта товаров.
3. Анализ процесса выбора посредников.

Тема 4. Основные функции и требования к сбытовому персоналу (ПК-2.6)

1. Организация и управление службой сбыта промышленного предприятия.
2. Анализ процесса взаимодействия покупателя и торгового представителя на промышленном рынке.
3. Стратегическое партнерство покупателя и продавца на промышленном рынке.
4. Особенности процесса личной продажи товаров промышленного назначения. Ведение деловых переговоров. Технология SPIN-продаж на промышленном рынке.
5. Рекрутинг, отбор и обучение торгового персонала компании.
6. Оценка деятельности и мотивация торгового персонала компании.
7. Роль и значение сервиса в системе сбыта промышленных товаров.
8. Модель покупательского поведения Уэбстера и Уинда (модель «закупочного центра»).
9. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение на промышленном рынке.

Тема 5. CRM: управление отношениями с клиентами (ПК-2.6)

1. Сущность и основные цели внедрения CRM-систем в управление сбытом.
2. Функциональные блоки CRM-систем: автоматизация продаж (SFA), автоматизация маркетинга (MA), автоматизация обслуживания клиентов (CSS).

Тема 6. Стимулирование труда сбытового персонала (ПК-2.6)

1. BTL стимулирование сбыта.
2. Product placement и партизанский маркетинг как инструменты стимулирования сбыта.

Тема 7. Оптовая торговля в системе сбыта товаров (ПК-1.6, ПК-2.6)

1. Сущность и основное содержание биржевой торговли товарами.
2. Сущность и техника аукционной торговли товарами.
3. Организация и проведение конкурсных торгов.
4. Выставки и ярмарки в системе сбыта товаров.

Тема 8. Розничная торговля в системе сбыта товаров (ПК-1.6, ПК-2.4)

1. Сущность и функции розничной торговли.
2. Классификация предприятий розничной торговли.

3. Фирменная торговля в системе распределения товаров.
4. Мерчандайзинг в системе розничной торговли товарами.

Тема 9. Транспортировка и складирование в системе сбыта товаров (ПК-2.6)

1. Сущность и значение транспорта в системе распределения товаров.
2. Характеристика отдельных видов транспорта.
3. Товарные склады, их назначение и функции в системе сбыта товаров.
4. Роль и функции упаковки и тары в торгово-технологическом процессе.

Тема 10. Информационные технологии в системе сбыта товаров (ПК-2.6)

1. Информационные потоки в каналах сбыта и их роль в управлении распределением.
2. Цифровые технологии в управлении каналами сбыта: ERP, аналитические системы, мобильные технологии.

Тема 11. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию сбыта товаров (ПК-2.6)

1. Параметры оценки эффективности стимулирования сбыта: объем продаж, доля рынка, лояльность, глубина проникновения.
2. Атакующее и поддерживающее стимулирование сбыта: сущность и результаты.

Тема 12. Контроль, анализ выполнения планов, оценка эффективности в системе сбыта (ПК-2.6)

1. Контроль сбытовой деятельности: задачи, виды, ключевые показатели (коэффициенты затрат, охвата, объема продаж).
2. Анализ рыночной структуры поставок и реализации продукции: концентрационный анализ.
3. Издержки сбыта: классификация, маркетинговые и логистические издержки, стратегии снижения.

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	90-100
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где	75-89

<p>обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускаются неточности в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</p>	
<p>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</p>	60-74
<p>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</p>	1-59

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий.

Для решения практических заданий студенту разрешается использование калькулятора.

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если

были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы,

правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Берко А. К. Управление рынком сбыта : учебно-методическое пособие для обучающихся 3, 4 курсов образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профили: «Маркетинг», «Логистика») всех форм обучения / Минобрнауки РФ, ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», Кафедра маркетинга и логистики. - Донецк : ДОНАУИГС, 2024. - 269 с. - Текст : электронный. <https://lib.donampa.ru/MegaPro/Web/SearchResult/ToPage/1>

2. Снабжение и сбыт : учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин [и др.]. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 298 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1852438. - ISBN 978-5-16-020741-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2191265> (дата обращения: 02.04.2026). — Режим доступа: по подписке.

8.2. Дополнительная литература

1. Лукаш, Ю. А. Сбыт продукции как инструмент конкуренции : учебное пособие / Ю. А. Лукаш. — Москва : ФЛИНТА, 2022. — 213 с. — ISBN 978-5-9765-5161-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/266378> (дата обращения: 02.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Лукаш, Ю. А. Спрос и сбыт как двуединая составляющая бизнеса : учебное пособие / Ю. А. Лукаш. — Москва : ФЛИНТА, 2022. — 120 с. — ISBN 978-5-9765-5163-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/266381> (дата обращения: 02.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Управление снабжением и сбытом организации : учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин, А.В. Бодренков. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 288 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_59afc7e10d9092.16073219. - ISBN 978-5-16-014769-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1317934> (дата обращения: 02.04.2026). — Режим доступа: по подписке.

8.3. Интернет-ресурсы

ЭБС «ЛАНЬ» - <https://e.lanbook.com>

ЭБС «ЗНАНИУМ» - <https://znanium.ru>

ЭБС «SOCHUM» - <https://sochum.ru>

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

Требования к аудитории:

- Лекционные
- Семинарские
- Помещения для самостоятельной работы

Требования к оборудованию:

- Доска
- проектор
- ПК (стационарный) или ноутбук: операционная система: не ниже Windows 7 (или аналогичная по функциям)

Требования к программному обеспечению:

- пакет Microsoft Office