

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 14.01.2026 12:29:00
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 3
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.08 Управление рынком сбыта
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Маркетинг
(наименование образовательной программы)

Очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора - 2023

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) 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 Б.1.В.08.

одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики Донецкого института управления – филиала РАНХиГС.

Управление рынком сбыта

протокол № 1 от «5» ноября 2025 г.

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

изучение теории и практики планирования, организации и управления сбытом на предприятии, формирование знаний, умений, навыков в области организации распределения на основе понимания его сущности, принципов построения рациональной схемы товародвижения, изучения факторов, влияющих на организацию и эффективность системы товародвижения и сбыта.

1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

- сформировать представления об управлении рынком сбыта в системе хозяйственной деятельности предприятий и организаций;
- освоить навыки управления каналами сбыта товаров на основе принципов построения рациональной схемы товародвижения;
- овладеть системным подходом в формировании сбыта продукции через оптовую и розничную систему торговли товарами;
- овладеть знаниями, позволяющими разбираться в планировании ценообразования, рыночных и финансовых аспектах сущности управления рациональной схемы товародвижения;
- формирование рационального мышления в понимании тенденций, экономической ситуации, законов, принципов развития эффективной системы товародвижения и сбыта.

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В.08
------------------------	---------

1.3.1. Дисциплина "Управление рынком сбыта" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

Маркетинговая товарная политика

1.3.2. Дисциплина "Управление рынком сбыта" выступает опорой для следующих элементов:

Стратегический маркетинг

Региональный маркетинг

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

ПК-1.3: Понимает методы и инструменты маркетингового исследования для определения потребностей и предпочтений целевой аудитории, умеет анализировать Осуществляет сбор и обработку информации, проводит исследования конкурентов, каналов продвижения, потребителей, спроса и его изменения, товарных рынков и рынков факторов производства

Знать:

Уровень 1	алгоритм проведения маркетингового исследования
Уровень 2	процесс и инструменты исследования конкурентов, каналов продвижения, потребителей
Уровень 3	процесс и инструменты исследования спроса и его изменения, товарных рынков и рынков факторов производства

Уметь:

Уровень 1	осуществлять сбор и обработку необходимой маркетинговой информации
Уровень 2	применять инструменты маркетинга для проведения исследования
Уровень 3	использовать методы маркетингового исследования и анализировать конкурентов, каналы продвижения, потребителей, спрос и его изменение

Владеть:

Уровень 1	навыками проведения маркетинговых исследований
Уровень 2	навыками определения потребностей и предпочтений целевой аудитории
Уровень 3	способностями анализа конкурентов, каналов продвижения, потребителей, спроса

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

ПК-7.2: Реализует мероприятия разработанные на основе полученных результатов исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализирует структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства

Знать:

Уровень 1	технологию маркетинговых исследований конкурентов
Уровень 2	технологию маркетинговых исследований каналов продвижения, потребителей и посетителей

	вэб-сайтов
Уровень 3	технологию маркетинговых исследований спроса и его изменения
Уметь:	
Уровень 1	анализировать структуры цен и затрат
Уровень 2	анализировать структуру факторов изменения затрат и цен
Уровень 3	анализировать структуру сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства
Владеть:	
Уровень 1	навыками разработки мероприятий на основе результатов исследования маркетинговой среды
Уровень 2	способностью анализировать структуры цен, затрат и факторов изменения затрат
Уровень 3	способностью анализировать структуры сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства

В результате освоения дисциплины "Управление рынком сбыта" обучающийся должен:

3.1 Знать:	теоретико-методические основы процедур разработки коммуникационных стратегий на рынке;
	функциональный инструментарий управления функциональной областью организации в системе товародвижения и сбыта товаров, продукции и услуг;
	технологию маркетинговых исследований каналов продвижения, потребителей и посетителей вэб-сайтов;
	методы ценообразования и источники информации для проведения маркетинговых исследований
3.2 Уметь:	оценивать эффективность и разрабатывать алгоритм рационального канала сбыта на рынке;
	применять программы и сервисы исследования и поиска конкурентов в сети "Интернет";
	анализировать структуры сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства
3.3 Владеть:	методами управления процессами снабжения и распределения товарами;
	применять знания и решать задачи в области определения оптимальной структуры каналов распределения с учетом особенностей товаров;
	экономически обосновывать и принимать управленческие решения относительно способа доставки товара, его упаковки, складирования и продвижения на рынок;
	анализировать структуры сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства

1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Управление рынком сбыта" видом промежуточной аттестации является Зачет с оценкой

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ						
Общая трудоёмкость дисциплины "Управление рынком сбыта" составляет 4 зачётные единицы, 144 часов. Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.						
2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ						
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часов	Компетен-	Литература	Инте	Примечание

	/ Курс		ции		ракт.	
Раздел 1. СБЫТ КАК ОДНА ИЗ КЛЮЧЕВЫХ СФЕР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ						
Тема 1.1. Теоретические основы управления сбытом предприятия /Лек/	5	4	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.1. Теоретические основы управления сбытом предприятия /Сем зан/	5	4	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.1. Теоретические основы управления сбытом предприятия /Ср/	5	6	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.2. Каналы сбыта товаров: сущность, функции, виды участников /Лек/	5	4	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.2. Каналы сбыта товаров: сущность, функции, виды участников /Сем зан/	5	4	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.2. Каналы сбыта товаров: сущность, функции, виды участников /Ср/	5	6	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.3. Роль и значение торговых посредников в системе сбыта товаров /Лек/	5	2	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.3. Роль и значение торговых посредников в системе сбыта товаров /Сем зан/	5	2	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.3. Роль и значение торговых посредников в системе сбыта товаров /Ср/	5	11	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Раздел 2. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ РЫНКОМ СБЫТА						
Тема 2.1. Основные функции и требования к сбытовому персоналу /Ср/	5	6	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	

				Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2		
Тема 2.2. CRM: управление отношениями с клиентами /Ср/	5	6	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.3. Стимулирование труда сбытового персонала /Ср/	5	6	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Раздел 3. УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СИСТЕМОЙ СБЫТА ТОВАРОВ						
Тема 3.1. Оптовая торговля в системе сбыта товаров /Лек/	5	4	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 3.1. Оптовая торговля в системе сбыта товаров /Сем зан/	5	4	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 3.1. Оптовая торговля в системе сбыта товаров /Ср/	5	4	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 3.2. Розничная торговля в системе сбыта товаров /Лек/	5	4	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 3.2. Розничная торговля в системе сбыта товаров /Сем зан/	5	4	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 3.2. Розничная торговля в системе сбыта товаров /Ср/	5	4	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 3.3. Транспортировка и складирование в системе сбыта товаров /Лек/	5	2	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 3.3. Транспортировка и складирование в системе сбыта товаров /Сем зан/	5	2	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	

Тема 3.3. Транспортировка и складирование в системе сбыта товаров /Cр/	5	4	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 3.4. Информационные технологии в системе сбыта товаров /Cр/	5	6	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Раздел 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РЫНКОМ СБЫТА						
Тема 4.1. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию сбыта товаров /Лек/	5	4	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 4.1. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию сбыта товаров /Сем зан/	5	4	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 4.1. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию сбыта товаров /Cр/	5	4	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 4.2. Контроль, анализ выполнения планов, оценка эффективности в системе сбыта /Лек/	5	4	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 4.2. Контроль, анализ выполнения планов, оценка эффективности в системе сбыта /Сем зан/	5	4	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Тема 4.2. Контроль, анализ выполнения планов, оценка эффективности в системе сбыта /Cр/	5	7	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	
Консультация по дисциплине /Конс/	5	2	ПК-1.3 ПК -7.2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

3.1 В процессе освоения дисциплины "Управление рынком сбыта" используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (С3), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.
3.2 В процессе освоения дисциплины используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power

Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.

При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.

3.3 Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, презентации эмпирического исследования

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Т. В. Евстигнеева	Маркетинговые исследования : планирование и организация : учебное пособие (318 с.)	Ульяновск : УлГТУ, 2015
Л1.2	Е.Д. Щетинина	Маркетинг и менеджмент в условиях цифровизации экономики : монография (192 с.)	Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2020
2. Дополнительная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Сабурова, М. М.	Организация работы отдела маркетинга : учебное пособие (110 с.)	Ульяновск : УлГТУ, 2016
Л2.2	О. П. Маслова, О. Ю. Калмыкова	Менеджмент и маркетинг: практикум (113 с)	Самара : Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021
Л2.3	Князева, И. В., Чирюхин, С. Н.	Актуальные вопросы проведения анализа состояния конкуренции на товарных рынках: монография (291 с)	Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020
3. Методические разработки			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Р. П. Лизогуб, О. О. Савченкова	Управление рынком сбыта: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили : «Маркетинг», «Менеджмент производственной сферы») очной / заочной форм обучения (47 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2019
Л3.2	Р. П. Лизогуб, О. О. Савченкова	Управление рынком сбыта: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили : «Маркетинг»,	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2019

Авторы,	Заглавие	Издательство, год
	«Менеджмент производственной сферы) очной / заочной форм обучения (41 с.)	

4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- компьютерная техника и системы связи используются для создания, сбора и обработки информации;
- электронные презентации;
- электронная почта, форумы, видеоконференции для взаимодействия с обучающимися;
- дистанционные занятия с использованием виртуальной обучающей среды;
- Яндекс.Телемост, SberJazz используются для проведения дистанционного обучения и консультаций;
- электронные библиотечные ресурсы

Программное обеспечение: MS Word, MS Excel, MS Power Point, виртуальная обучающая среда.

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему (ЭБС "Лань"), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1.1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лекционная аудитория №406, учебный корпус № 2;

- комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран;
- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (44, 40), стационарная доска, Windows 8.1 Professional x86/64 (академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0).

1.2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: №406 учебный корпус №2.

- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная доска, демонстрационные плакаты;

1.3. Учебная аудитория для проведения индивидуальных консультаций по написанию курсовых работ: №406 учебный корпус №2.

- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (44), стационарная доска, демонстрационные плакаты;

1.4. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации: читальные залы, учебные корпуса 1, 6. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а, г. Донецк, ул. Артема 94.

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему (ЭБС IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

Сервер: AMD FX 8320/32Gb(4x8Gb)/4Tb(2x2Tb). На сервере установлена свободно распространяемая операционная система DEBIAN 10. MS Windows 8.1 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Windows XP (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Windows 7 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Office 2007 Russian OLP NL AE (лицензии Microsoft № 42638778, № 44250460), MS Office 2010 Russian (лицензии Microsoft № 47556582, № 49048130), MS Office 2013 Russian (лицензии Microsoft № 61536955, № 62509303, № 61787009, № 63397364), Grub loader for ALT Linux (лицензия GNU LGPL v3), Mozilla Firefox (лицензия MPL2.0), Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment, лицензия GNU GPL), IncScape (лицензия GPL 3.0+), PhotoScape (лицензия GNU GPL), 1C ERP УП, 1С ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Cfresh.com), OnlyOffice 10.0.1 (SaaS, GNU Affero General Public License3)

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

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 дистрибутора на рынке.
8. Стратегии позиционирования торговой точки на рынке.
9. Организация и управление службой сбыта промышленного предприятия.
10. Анализ процесса взаимодействия покупателя и торгового представителя на промышленном рынке.
11. Стратегическое партнерство покупателя и продавца на промышленном рынке.
12. Особенности процесса личной продажи товаров промышленного назначения. Ведение деловых переговоров. Технология SPIN-продаж на промышленном рынке.
13. Рекрутинг, отбор и обучение торгового персонала компании.
14. Оценка деятельности и мотивация торгового персонала компании.
15. Роль и значение сервиса в системе сбыта промышленных товаров.
16. Модель покупательского поведения Уэбстера и Уинда (модель «закупочного центра»).
17. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение на промышленном рынке.
18. BTL стимулирование сбыта.
19. Product placement и партизанский маркетинг как инструменты стимулирования сбыта.
20. Экономическое понятие и функциональное назначение посредников.
21. Виды посредников в системе сбыта товаров.
22. Анализ процесса выбора посредников.
23. Сущность и основное содержание биржевой торговли товарами.
24. Сущность и техника аукционной торговли товарами.
25. Организация и проведение конкурсных торгов.
26. Выставки и ярмарки в системе сбыта товаров.
27. Сущность и функции розничной торговли.
28. Классификация предприятий розничной торговли.
29. Фирменная торговля в системе распределения товаров.
30. Мерчандайзинг в системе розничной торговли товарами.
31. Сущность и основное содержание системы сбыта продукции.
32. Отличительные особенности системы сбыта потребительских и промышленных товаров.
33. Способы выхода предприятий на международный рынок.
34. Разработка маркетинговой программы для зарубежного рынка.
35. Организация управления маркетингом на внешнем рынке.
36. Сущность и значение транспорта в системе распределения товаров.
37. Характеристика отдельных видов транспорта.
38. Товарные склады, их назначение и функции в системе сбыта товаров.
39. Роль и функции упаковки и тары в торгово-технологическом процессе.

5.2. Темы письменных работ

1. Стратегии дифференциации дистрибутора на рынке.
2. Стратегии позиционирования торговой точки на рынке.
3. Организация и управление службой сбыта промышленного предприятия.
4. Анализ процесса взаимодействия покупателя и торгового представителя на промышленном рынке.
5. Стратегическое партнерство покупателя и продавца на промышленном рынке.
6. Особенности процесса личной продажи товаров промышленного назначения. Ведение деловых переговоров
7. Технология SPIN-продаж на промышленном рынке.
8. Рекрутинг, отбор и обучение торгового персонала компании.
9. Оценка деятельности и мотивация торгового персонала компании.
10. Роль и значение сервиса в системе сбыта промышленных товаров.
11. Модель покупательского поведения Уэбстера и Уинда (модель «закупочного центра»).
12. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение на промышленном рынке.
13. BTL стимулирование сбыта.
14. Product placement и партизанский маркетинг как инструменты стимулирования сбыта.
15. Экономическое понятие и функциональное назначение посредников.
16. Виды посредников в системе сбыта товаров.
17. Анализ процесса выбора посредников.
18. Сущность и основное содержание биржевой торговли товарами.
19. Сущность и техника аукционной торговли товарами.
20. Организация и проведение конкурсных торгов.
21. Выставки и ярмарки в системе сбыта товаров.

- 22. Сущность и функции розничной торговли.
- 23. Классификация предприятий розничной торговли.
- 24. Фирменная торговля в системе распределения товаров.
- 25. Мерчандайзинг в системе розничной торговли товарами.
- 26. Сущность и основное содержание системы сбыта продукции.
- 27. Отличительные особенности системы сбыта потребительских и промышленных товаров.
- 28. Способы выхода предприятий на международный рынок.
- 29. Разработка маркетинговой программы для зарубежного рынка.
- 30. Организация управления маркетингом на внешнем рынке.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Управление рынком сбыта" разработан в соответствии с локальным нормативным актом Донецкого филиала РАНХиГС.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (письменные домашние задания, ответы на вопросы, тестовые задания, контроль знаний по разделам), оценки активности работы студента на занятии, включая задания для самостоятельной и индивидуальной работы.

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТИЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- 1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.
- 2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения.

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

К самостоятельной работе студентов по дисциплине «Управление рынком сбыта» относятся их подготовка к семинарским занятиям и написание докладов, рефератов (студентам предоставляется выбор) по каждой изученной теме.

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Целью семинарских занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных студентами на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков. В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к семинарским занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций: развивающую, информационно-обучающую, ориентирующую и стимулирующую, воспитывающую, исследовательскую.

Виды самостоятельной работы, выполняемые в рамках курса:

1. Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
2. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
3. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
4. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
5. Выполнение итоговой контрольной работы.

Студентам рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории. Можно отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы по курсу имеют определенную специфику. При освоении курса студент может пользоваться библиотекой, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой.

Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе краткий конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала.

Методические рекомендации студентам по подготовке к выполнению контрольных работ

К контрольной работе студенты готовятся путем осуществления повторных действий по изучению предмета. Работа по решению задач на контрольном занятии в принципе не отличается от решений студентами отдельных домашних заданий. Однако каждый студент должен быть готов к отстаиванию правильности своего решения и верности избранного им метода.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету с оценкой

При подготовке к зачету с оценкой студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контрольную работу, а также составить письменные ответы на все вопросы, вынесенные на зачет с оценкой.