

**ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет
народного хозяйства»**

*Утверждена решением
Ученого совета
ДГУНХ, протокол № 13
от 30 мая 2019 г.*

**Кафедра «Информационные технологии и информационная
безопасность»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ»**

**Направление подготовки – 38.03.06 Торговое дело,
профиль «Маркетинг»**

Уровень высшего образования - бакалавриат

Формы обучения – очная, заочная

Махачкала – 2019

УДК 339.1(075.8)

ББК 65.290-2я73.

Составитель – Савзиханова Сабина Эминовна, доктор экономических наук, профессор кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» ДГУНХ.

Внутренний рецензент – Эминова Нигара Эминовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» ДГУНХ.

Внешний рецензент – Абдурагимов Гусейн Эльдарханович, кандидат физико-математических наук, доцент кафедры "Математические методы в экономике" Дагестанского государственного университета.

Представитель работодателя: Алигимов Мурад Ильясович, руководитель сообщества маркетологов СКФО.

Рабочая программа дисциплины «Система управления продажами» разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 ноября 2015 г., № 1334, зарегистрированном в Минюсте России 03.12.2015 г., в соответствии с приказом от 5 апреля 2017г., № 301 Министерства образования и науки РФ.

Рабочая программа дисциплины «Система управления продажами» размещена на официальном сайте www.dgunh.ru

Савзиханова С.Э. Рабочая программа дисциплины «Система управления продажами» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг». – Махачкала: ДГУНХ, 2019 г., 18 с.

Рекомендована к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 29 мая 2019 г.

Рекомендована к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг», Атаевой А.У.

Одобрена на заседании кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» 22 мая 2019 г., протокол № 10

Содержание

Раздел 1.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	4
Раздел 2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	7
Раздел 3.	Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), на самостоятельную работу обучающихся и форму(ы) промежуточной аттестации	7
Раздел 4.	Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.	9
Раздел 5.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	12
Раздел 6.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины	14
Раздел 7.	Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных	14
Раздел 8.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	15
Раздел 9.	Образовательные технологии	17
	Лист актуализации рабочей программы дисциплины	18

Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Цель дисциплины - сформировать компетенции в области системы управления продажами современного предприятия с применением информационно-коммуникационных технологий.

Задачи дисциплины

- сформировать понимание концепции управления продажами с позиции различных подходов;

- освоить сущность построения и управления распределительной системы предприятия: понятие и виды каналов сбыта, условия выбора определенных каналов сбыта, характеристика посредников, их мотивация и контроль деятельности;

- изучить основы функционирования отдела продаж на предприятии: принципы организационного построения и этапы процесса управления: эффективность организовать продажи в сфере b2c и b2b»;

- рассмотреть основные этапы процесса продажи и определить особенности их реализации; - освоить на примере практического материала методики решения задач в области системы управления продажами.

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Система управления продажами» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	формулировка компетенции
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-1	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-4	Способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией

ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-1	способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать	уметь	владеть
ОПК-1: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	31 – основные современные тенденции, влияющие на управление продажами; 32 -ключевые направления продаж; 33 –цикл CRM.	У1 – ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; У2 – пользоваться научно технической литературой в области управления продажами. У3 - применять различные стратегии продаж.	В1 – общей терминологией в области системы управления продажами; В2 – основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; В3- навыками работы с компьютером как средством управления информацией.
ОПК-4: способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торговотехнологической); применять основные	31 –интеграции продаж с другими функциями бизнеса; 32 –организация продажи в сфере b2c и b2b; 33 - процесс разработки стратегий.	У1 –определить ключевые направления продаж; У2 -применять современные информационные технологиях при организации продаж; У3- разрабатывать мероприятия по эффективности организации продажи в сфере b2c и b2b; У4 - определять роль личных продаж маркетинговых коммуникаци-	В1 –методами личных продаж; В2 -навыками определения целевого клиентского сектора и формулирования сбытовой стратегии при содействии маркетинговой службой фирмы; В3 -технологией продажи товаров.

методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией		ях.	
ПК-1: способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	З1 -как внедрить систему управления продажами, сделав ее эффективным бизнес-инструментом; З2 -алгоритм формирования эффективных рекламных кампаний и обращений к покупателям.	У1 - повышать эффективность функционирования предприятия за счет применения комплекса прикладных программ управления продажами; У2 -организовывать персональные продажи и управлять отношениями с ключевыми клиентами; У3 -разрабатывать программы по повышению степени удовлетворенности и лояльности клиентов с помощью обратной связи.	В1-навыками решения задач в предметных областях с применением основных моделей ИТ; В2 –навыками выбора, проектирования, реализации, оценки качества и анализа эффективности программного обеспечения.

1.3. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

Код компетенции	Этапы формирования компетенций (темы дисциплин)					
	Тема 1. Управление продажами в XXI веке	Тема 2. Продажи на потребительском рынке в сравнении с корпоративным	Тема 3. Важность интеграции продаж с другими отделами	Тема 4. Как рыночная ориентация влияет на результаты деятельности организации	Тема 5. Роль личных продаж в маркетинговой стратегии	Тема 6. Организация продаж

ОПК-1	+	+	+			
ОПК-4	+	+	+	+	+	+
ПК-1				+	+	+

Раздел 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.1.1 «Система управления продажами» относится к вариативной части Блока 1: Дисциплины Учебного плана по направлению подготовки «Торговое дело», профиля «Маркетинг».

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки по дисциплинам «Сетевая экономика», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Менеджмент», «Маркетинг», «Информационный менеджмент», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинг торговой деятельности», «Инновации в торговой деятельности».

Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для прохождения производственной и преддипломной практик и написания ВКР.

Раздел 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и форму(ы) промежуточной аттестации

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 5 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 68 часов, в том числе:

- на занятия лекционного типа – 34 ч.
- на занятия семинарского типа – 34 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 58 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 54 часа.

Заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), составляет 14 часов, в том числе:

- на занятия лекционного типа – 6 ч.

- на занятия семинарского типа – 8 ч.

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 162 ч.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 4 часа

Раздел 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.

Очное отделение

№ п/п	Тема дисциплины	Всего академических часов	В т.ч. занятия лекционного типа	В т.ч. занятия семинарского типа:					Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости.
				семинары	Практические занятия	Лабораторные занятия (лабораторные работы, лабораторный практикум)	Коллоквиумы	Иные аналогичные занятия		
1.	Тема 1. Управление продажами в XXI веке	14	4	-	4		-	-	6	- Выполнение лабораторной работы - Тестирование - Решение кейс-задания - Проведение ролевой игры -Решение задачи
2.	Тема 2. Продажи на потребительском рынке в сравнении с корпоративным	16	4	-	4		-	-	8	- Выполнение лабораторной работы - Решение кейс-задания - Проведение ролевой игры
3.	Тема 3. Важность интеграции продаж с другими отделами	32	8	-	8		-	-	14	- Выполнение лабораторной работы - Тестирование - Решение кейс-задания - Проведение ролевой игры
4.	Тема 4. Как рыночная ориентация влияет на результаты деятельности организации	24	6	-	8		-	-	10	- Выполнение лабораторной работы - Решение кейс-задания -Решение задачи
5.	Тема 5. Роль личных продаж в маркетинговой	20	6	-	4		-	-	10	- Выполнение лабораторной работы

	стратегии									- Тестирование - Проведение ролевой игры -Решение задачи	
6.	Тема 6. Организация продаж	20	6	-	6		-	-	10	- Выполнение лабораторной работы - Решение кейс-задания - Проведение ролевой игры -Решение задачи	
	Итого	126	34	-	34		-	-	58		
	Экзамен (групповая консультация в течение семестра, групповая консультация перед промежуточной аттестацией, экзамен)	54								контроль	
	ВСЕГО	180									

заочное отделение

№ п/п	Тема дисциплины	Всего академических часов	В т.ч. занятия лекционного типа	В т.ч. занятия семинарского типа:					Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости.
				семинары	Практические занятия	Лабораторные занятия (лабораторные работы, лабораторный практикум)	Коллоквиумы	Иные аналогичные занятия		
1.	Тема 1. Управление продажами в XXI веке	21	1	-	-		-	-	20	- Выполнение лабораторной работы - Тестирование - Решение кейс-задания - Проведение ролевой игры -Решение задачи

2.	Тема 2. Продажи на потребительском рынке в сравнении с корпоративным	28	1	-	2		-	-	25	- Выполнение лабораторной работы - Решение кейс-задания - Проведение ролевой игры
3.	Тема 3. Важность интеграции продаж с другими отделами	45	1	-	2		-	-	42	- Выполнение лабораторной работы - Тестирование - Решение кейс-задания - Проведение ролевой игры
4.	Тема 4. Как рыночная ориентация влияет на результаты деятельности организации	28	1	-	2		-	-	25	- Выполнение лабораторной работы - Решение кейс-задания -Решение задачи
5.	Тема 5. Роль личных продаж в маркетинговой стратегии	28	1	-	2		-	-	25	- Выполнение лабораторной работы - Тестирование - Проведение ролевой игры -Решение задачи
6.	Тема 6. Организация продаж	26	1	-	-		-	-	25	- Выполнение лабораторной работы - Решение кейс-задания - Проведение ролевой игры -Решение задачи
	Итого	176	6	-	8		-	-	162	
	Экзамен (групповая консультация в течение семестра, групповая консультация перед промежуточной аттестацией, экзамен)					4				Контроль
	ВСЕГО:					180				

**Раздел 5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы,
необходимой для освоения дисциплины**

№ п/п	Автор	Название основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	Выходные данные	Количество экземпляров в библиотеке ДГУНХ/адрес доступа
I. Основная учебная литература				
1.	Голова А. Г.	Управление продажами	учебник: Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 279 с.	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=495767&sr=1
2.	Синяева И. М., Земляк С. В., Синяев В. В.	Маркетинг торговли	Учебник: Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015- 750 стр.	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453934&sr=1
3.	Крахоткина Е. В.	Системы электронной коммерции и технологии их проектирования	учебное пособие: Ставрополь: СКФУ, 2016. - 129 с.	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=459069&sr=1
	Кобелев О. А.	Электронная коммерция	учебное пособие: Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018- 684 с.	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=496127&sr=1
	Савзиханова С.Э,	Системы управления продажами	учебное пособие: Махачкала, ДГУНХ, 2019- 160с	http://e-dgunh.ru/portal/
II. Дополнительная учебная литература				
A) Дополнительная учебная литература				
1.	Памбухчиянц О. В.	Организация торговли:	учебник: Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»,	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=496075&sr=1

			2018. - 294с.	
2.	Царелашвили Р. А.	Электронная торговля	учебное пособие: Москва: Лаборатория книги, 2012. - 97 с.	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=143082&sr=1
3.	Гринберг А. С., Горбачев Н. Н., Бондаренко А. С.	Информационные технологии управления	учебное пособие - Москва: Юнити-Дана, 2015: - 479 с.	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=119135&sr=1
4.	Дашков, Л.П.	Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле):	учебник: Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К ^о », 2018. - 456 с.	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=495756&sr=1
Б) Официальные издания: сборники законодательных актов, нормативно-правовых документов и кодексов РФ				
1.	ГОСТ Р ИСО/МЭК 15288-2005. Информационная технология. Системная инженерия. Процессы жизненного цикла систем. 2006 г. www.standartgost.ru			
2.	ГОСТ Р ИСО/МЭК ТО 12182-2002. Информационная технология. Классификация программных средств. 2002 г. www.standartgost.ru			
3.	ГОСТ 34.601-90. Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Автоматизированные системы. Стадии создания. 2009 г. www.standartgost.ru			
4.	ГОСТ 28195-89. Оценка качества программных средств. Общие положения. 2001 г. www.standartgost.ru			
5.	ГОСТ Р ИСО/МЭК 27002-2012. Информационная технология. Методы и средства обеспечения безопасности. Свод норм и правил менеджмента информационной безопасности. www.standartgost.ru			
В) Периодические издания				
1.	Журнал «Открытые системы»			
2.	Междисциплинарный научно-практический журнал «Бизнес-информатика»			
3.	Научный журнал «Информатика и ее применение»			
4.	Журнал о компьютерах и цифровой технике «ComputerBild»			
5.	Рецензируемый научный журнал «Информатика и система управления»			
6.	Рецензируемый научный журнал «Прикладная информатика»			
Г) Справочно-библиографическая литература				
1.	Воройский Ф.С. Информатика. Энциклопедический словарь-справочник: введение в современные информационные и телекоммуникационные технологии в терминах и фактах. - М.: Изд-во ФИЗМАТЛИТ, 2006 - 768 с. http://biblioclub.ru/			

Раздел 6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде университета (<http://e-dgunh.ru>). Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

Для самостоятельного изучения материала и ознакомления с регламентирующими документами и текущей практикой в области системы управления продажами, рекомендуется использовать следующие Интернет-ресурсы:

1. <https://www.intuit.ru/>
2. <http://citforum.ru/>
3. <https://habrahabr.ru/>
4. <http://stackoverflow.com/> <http://www.devbusiness.ru/>
5. <http://www.consultant.ru/>
6. <http://Standartgost.ru>

Раздел 7. Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных

7.1. Перечень лицензионного программного обеспечения:

- Windows 10
- Microsoft Office Professional
- Adobe Acrobat Reader DC
- VLC Media player
- 7-zip

7.2. Перечень информационных справочных систем:

- информационно справочная система «Консультант Плюс».

7.3. Перечень профессиональных баз данных:

- Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства (<https://ofd.nalog.ru/>);
- Единый реестр Минкомсвязи российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных (<https://reestr.minsvyaz.ru/rules/>);
- <http://Standartgost.ru> - Открытая база ГОСТов
- Научная электронная библиотека <https://elibrary.ru/> и др.)

Раздел 8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для преподавания дисциплины «Система управления продажами» используются следующие специальные помещения – **учебные аудитории**:

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной № 4.12 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус № 2 литер «В»).

Перечень основного оборудования:

Комплект учебной мебели.

Доска меловая.

Набор демонстрационного оборудования: проектор, персональный компьютер (моноблок) с доступом к сети Интернет и корпоративной сети университета, ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» (www.biblioclub.ru), ЭБС «ЭБС Юрайт» (www.urait.ru).

Перечень учебно-наглядных пособий:

Комплект наглядных материалов (баннеры, плакаты);

Комплект электронных иллюстративных материалов (презентации, видеоролики).

Компьютерный класс, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации № 4.2 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус № 2 литер «В»).

Перечень основного оборудования:

Комплект учебной мебели.

Доска меловая.

Набор демонстрационного оборудования: проектор, акустическая система.

Персональные компьютеры с доступом к сети Интернет и корпоративной сети университета, ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» (www.biblioclub.ru), ЭБС «ЭБС Юрайт» (www.urait.ru) – 20 ед.

Перечень учебно-наглядных пособий:

Комплект наглядных материалов (баннеры, плакаты);

Комплект электронных иллюстративных материалов (презентации, видеоролики).

Помещение для самостоятельной работы № 4.5 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус № 2 литер «В»)

Перечень основного оборудования:

- Персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду – 19 ед.

Помещение для самостоятельной работы № 1.1 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус № 1)

Перечень основного оборудования:

- Персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду – 60 ед.

Раздел 9. Образовательные технологии

При освоении дисциплины «Система управления продажами» используются следующие образовательные технологии:

– Проблемная лекция – изложение материала, предполагающее постановку проблемных и дискуссионных вопросов, связанных с системой управления продажами в XXI веке.

- Практическое занятие на основе кейс-метода («метод кейсов», «кейс-стади») – для выработки навыков и умений по решению вопросов организации продаж на рынке ИКТ.

- Лабораторная работа – организация учебной работы с реальными материальными и информационными объектами, экспериментальная работа с аналоговыми моделями реальных объектов.

– Деловые и ролевые игры для выработки навыков принятия организационно - управленческих решений деятельности предприятия.

– Тестирование - является одной из наиболее технологичных форм проведения автоматизированного контроля, обеспечение объективной оценки результатов обучения, которая ориентирована на характеристику освоения содержания курса дисциплины или на дифференциацию учащихся.

