

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Тюлегенова Раиса Амиржановна

Должность: Директор

Дата подписания: 10.07.2023 10:55:55

Уникальный программный ключ:

125b8acc44c5368c45bd8abf3dc3ced44ead767e8486e18df8ae8b8889439a47

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Управление продажами» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 1 из 15

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_



УТВЕРЖДАЮ

Директор Костанайского филиала  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Р.А. Тюлегенова

25.05.2023 г.

**Методические рекомендации  
для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к  
самостоятельной работе студентов**

по дисциплине (модулю)  
**Управление продажами**

Направление подготовки (специальность)  
**38.03.02 Менеджмент**


Направленность (профиль)  
**Управление бизнесом**

Присваиваемая квалификация  
**Бакалавр**

Форма обучения  
**Очная, очно-заочная**

Год набора 2022

Костанай 2023

|   |  |                        |               |
|---|--|------------------------|---------------|
|    | МИНОБРНАУКИ РОССИИ<br>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») |                        |               |
|   | Костанайский филиал<br>Кафедра экономики   |                        |               |
| Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Управление продажами» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент |  |                        |               |
| Версия документа - 1  | стр. 2 из 15   | Первый экземпляр _____ | КОПИЯ № _____ |

### Методические рекомендации приняты

Учёным советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10 от 25 мая 2023 г.

Председатель учёного совета  
филиала



Р.А. Тюлегенова

Секретарь учёного совета  
филиала



Н.А. Кравченко

### Методические рекомендации рекомендованы

Учебно-методическим советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10 от 18 мая 2023 г.

Председатель  
Учебно-методического совета



Н.А. Нализко

### Методические рекомендации разработаны и рекомендованы кафедрой экономики

Протокол заседания № 9 от 10 мая 2023 г.

Заведующий кафедрой




Г.В. Панина

Автор (составитель)  
экономических наук, доцент кафедры экономики




Панина Г.В., кандидат

|   |   |                        |               |
|---|---|------------------------|---------------|
|  | МИНОБРНАУКИ РОССИИ<br>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br>Костанайский филиал<br>Кафедра экономики  |                        |               |
|   | Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Управление продажами» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент |                        |               |
| Версия документа - 1  | стр. 3 из 15  | Первый экземпляр _____ | КОПИЯ № _____ |

## Содержание

|  |    |
|--|----|
| Общие положения.....   | 4  |
| Рекомендации студентам по подготовке к занятиям лекционного типа .....                         | 6  |
| Рекомендации студентам по подготовке к практическим занятиям и занятиям семинарского типа..... | 8  |
| Рекомендации по выполнению самостоятельной работы студентов .....                              | 12 |
| Рекомендации студентам по изучению рекомендованной литературы.....                             | 14 |
| Список рекомендуемой литературы.....   | 15 |

|   |  |                        |               |
|---|--|------------------------|---------------|
|    | МИНОБРНАУКИ РОССИИ<br>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») |                        |               |
|   | Костанайский филиал<br>Кафедра экономики   |                        |               |
| Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Управление продажами» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент |  |                        |               |
| Версия документа - 1  | стр. 4 из 15   | Первый экземпляр _____ | КОПИЯ № _____ |

## Общие положения

Приступая к изучению дисциплины «Управление продажами» студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины. В рамках дисциплины «Управление продажами» занятия лекционного типа проводятся с использованием интерактивных технологий (групповое обсуждение области применения информационных и коммуникационных технологий в контексте специфических задач, решаемых преподавателем и студентом, посредством лекции-дискуссии и лекции-беседы).

Лекция-беседа предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Преимущество лекции-беседы состоит в том, что она позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом особенностей студентов. Вопросы, освещаемые на такой лекции, могут быть информационного и проблемного характера для выяснения мнений и уровня осведомленности студентов по рассматриваемой теме, степени их готовности к восприятию последующего материала. Вопросы адресуются всей аудитории. Студенты отвечают с мест. Вопросы могут быть как простыми для того, чтобы сосредоточить внимание студентов на отдельных аспектах темы, так и проблемными. Студенты, продумывая ответ на заданный вопрос, получают возможность самостоятельно прийти к тем выводам и обобщениям, которые преподаватель должен был сообщить им в качестве новых знаний, либо понять важность обсуждаемой темы, что повышает интерес и степень восприятия материала студентами. Во время проведения лекции-беседы необходимо следить, чтобы задаваемые вопросы не оставались без ответов, т.к. они тогда будут носить риторический характер, не обеспечивая достаточной активизации мышления студентов.

В лекции-дискуссии в отличие от лекции-беседы при изложении лекционного материала не только используются ответы студентов на вопросы преподавателя, но и организуется свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами. Дискуссия – это взаимодействие преподавателя и студентов, свободный обмен мнениями, идеями и взглядами по исследуемому вопросу. Это оживляет учебный процесс, активизирует познавательную деятельность аудитории. По ходу лекции-дискуссии приводятся отдельные примеры в виде ситуаций или кратко сформулированных проблем, студенты коротко их обсуждают, затем проводят краткий анализ, выводы.

На занятиях семинарского типа, ориентированных на предметную область будущей профессиональной деятельности студентов, выборочно контролируется степень усвоения студентами коммуникаций, которые являются необходимым процессом управления организациями, а их осуществление — одной из главных функций любого руководителя. Для успешной подготовки к занятиям семинарского типа по дисциплине необходимо тщательно отбирать материал для раскрытия вопросов тем. Для реализации принципа индивидуального подхода на занятиях предлагаются темы индивидуальных заданий, рассматриваются и одобряются авторские подходы к их реализации. Студенты выполняют задания самостоятельно, пользуясь материалами занятий лекционного типа.

Подготовка и выполнение самостоятельной работы по дисциплине позволяет проконтролировать усвоение новой целой темы. При выполнении самостоятельной



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Управление продажами» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 5 из 15

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_


работы студент работает с литературой самостоятельно. Работы оформляются в виде структурно-логических схем с кратким пояснением в виде тезисов.

Структурно-логическая схема представляет собой некую графическую схему из нескольких элементов, связанных между собой. В качестве элементов такой схемы можно использовать, например, определенные ключевые слова, формулы, рисунки, опираясь на которые можно объяснить весь учебный материал по теме дисциплины. Все элементы–символы графической блок-схемы занятия должны быть логически связаны между собой в единое целое.

При этом она должна быть лаконичной (около 300 печатных знаков) и состоять из нескольких логически связанных между собой частей – блоков, каждый из которых в то же время представляет собой самостоятельную, некую логически завершенную часть учебного материала по определенной теме дисциплины. СЛС состоит, как правило, из 3-5 самостоятельных блоков, соответствующих вопросам изучаемой темы.

При подготовке к рубежному контролю и экзамену по дисциплине необходимо повторять пройденный материал в строгом соответствии с рабочей программой дисциплины «Управление продажами». Использовать материалы занятий, конспекта лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. Обратит особое внимание на темы учебных занятий, пропущенных обучающимся по разным причинам. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

Типовые оценочные средства, используемые в процессе освоения дисциплины, и их критерии приведены в Фондах оценочных средств текущего контроля, рубежного контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Управление продажами».

|   |   |                        |               |
|---|---|------------------------|---------------|
|  | МИНОБРНАУКИ РОССИИ<br>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br>Костанайский филиал<br>Кафедра экономики  |                        |               |
|   | Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Управление продажами» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент |                        |               |
| Версия документа - 1  | стр. 6 из 15  | Первый экземпляр _____ | КОПИЯ № _____ |

**Рекомендации студентам по подготовке к занятиям лекционного типа  
Содержание занятий лекционного типа по дисциплине  
«Управление продажами»**

**Тема 1. Теория управления продажами**

1. Продажи как элемент коммерческой деятельности: сущность, содержание, значение и классификация
2. Управление продажами: сущность и организация, субъекты и объекты продаж
3. Понятие сбыта и его роль в деятельности предприятия

**Тема 2. Приемы продаж**

1. Сфера ответственности при продажах и подготовка к продажам
2. Навыки и умения для осуществления персональных продаж
3. Техники и методы продаж

**Тема 3. Мерчандайзинг в управлении продажами**

1. Сущность и значение мерчандайзинга, его цели и задачи
2. Задачи производителя и субъекта торговли в области мерчандайзинга
3. Принципы, законы, концепция мерчандайзинга

**Тема 4. Стимулирование продаж. Стратегия управления клиентами.**

1. Стимулирование розничных продаж: понятие, направления, средства
2. Организация процесса продажи.
3. Подходы к осуществлению продаж со стороны продавцов и покупателей

**Тема 5. Управление развитием ассортимента**


1. Категорийный менеджмент: понятие, основы, суть и процесс.
2. Этапы формирования ассортимента в магазине

**Тема 6. Стратегии управления объемами продаж**

1. Продуктовые стратегии
2. Стратегии оптимальной длины продуктовой линии
3. Позиционирование и управление лояльностью компании

Лекция является ведущей формой организации учебного процесса в высшем учебном заведении. Основными организационными вопросами при этом являются, во-первых, подготовка к восприятию лекции, и, во-вторых, как записывать лекционный материал.

Важным критерием в работе с лекционным материалом является подготовка студентов к сознательному восприятию преподаваемого материала. При подготовке студента к лекции необходимо, во-первых, психологически настроиться на эту работу, осознать необходимость ее систематического выполнения. Во-вторых, необходимо выполнение познавательно-практической деятельности накануне лекции (просматривание записей предыдущей лекции для восстановления в памяти ранее

|   |   |                        |               |
|---|---|------------------------|---------------|
|  | МИНОБРНАУКИ РОССИИ<br>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br>Костанайский филиал<br>Кафедра экономики  |                        |               |
|   | Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Управление продажами» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент |                        |               |
| Версия документа - 1  | стр. 7 из 15  | Первый экземпляр _____ | КОПИЯ № _____ |

изученного материала; ознакомление с заданиями для самостоятельной работы, включенными в программу, подбор литературы) Подготовка к лекции мобилизует студента на творческую работу, главными в которой являются умения слушать, воспринимать, записывать.

Записывание лекции – творческий процесс. Запись лекции крайне важна, но следует это делать в виде тезисов, прорабатывая теоретический материал, выделяя главное. Это позволяет надолго сохранить основные положения лекции; способствует поддержанию внимания; способствует лучшему запоминанию материала. Для эффективной работы с лекционным материалом необходимо зафиксировать название темы, план лекции и рекомендованную литературу. После этого приступить к записи краткого содержания лекции. В оформлении конспекта лекции важным моментом является необходимость оставлять поля, которые потребуются для последующей работы над лекционным материалом. Завершающим этапом работы над лекцией является обработка, закрепление и углубление знаний по теме. Необходимо обращаться к лекциям неоднократно. Первый просмотр записей желательно сделать в тот же день, когда все свежо в памяти. Конспект нужно прочитать, заполнить пропуски, расшифровать некоторые сокращения. Затем надо ознакомиться с материалом темы по учебнику, внести нужные уточнения и дополнения в лекционный материал.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Управление продажами» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 8 из 15


Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

**Рекомендации студентам по подготовке к практическим занятиям и занятиям семинарского типа**  
**Содержание практических занятий и занятий семинарского типа по дисциплине «Управление продажами»**

| Тема занятия и вопросы, подлежащие рассмотрению в ходе подготовки к занятию  | Оценочные средства                                    |
|--|---|
| <b>Тема 1. Теория управления продажами</b><br>1. Развитие продаж и их роль в маркетинге<br>2. Сущность управления продажами и его предназначение<br>3. Зависимость между продажами и маркетингом<br>4. Основные конкурентные стратегии организации   | проекты слайд-презентаций                             |
| <b>Тема 2. Приемы продаж</b><br>1. Продажи и управление продажами в действии<br>2. Навыки и умения для осуществления персональных продаж<br>3. Стратегия и тактика продаж<br>Решение кейс задания "Оценка навыков продаж"<br>Задание 1: «Дайте как можно больше решений ситуации: клиент требует такую скидку, которую вы не можете предоставить».<br>Задание 2: «Как Вы будете действовать в ситуации, когда клиент предъявляет претензию по срокам поставок (они реально были нарушены), но Вы за эти сроки ответственности не несете?».<br>Задание 3: «Дайте ответ на вопрос. Что важнее при продаже: говорить или слушать?».<br>Оценивается знание техники продаж. | проекты слайд-презентаций, анализ конкретной ситуации |
| <b>Тема 3. Мерчандайзинг в управлении продажами</b><br>1. Портрет типичного покупателя.<br>2. Психологические аспекты поведения отдельных групп покупателей в торговом зале магазина<br>3. Выбор месторасположения магазина. Составляющие микромира магазина<br>4. Организаций внутреннего пространства магазина<br>5. Методы управления потоками покупателей<br>6. Визуальная презентация товаров<br>Решение ситуационных задач по теме "Мерчандайзинг"   | проекты слайд-презентаций, анализ конкретной ситуации |
| <b>Тема 4. Стимулирование продаж. Стратегия управления клиентами.</b><br>1. Стимулирование конечных потребителей: сущность, направления, оценка эффективности<br>2. Ценовые методы стимулирования<br>3. Неценовые методы стимулирования<br>4. Этапы активной продажи   | проекты слайд-презентаций, анализ конкретной ситуации |



|   |   |                        |               |
|---|---|------------------------|---------------|
|  | МИНОБРНАУКИ РОССИИ<br>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br>Костанайский филиал<br>Кафедра экономики  |                        |               |
|   | Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Управление продажами» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент |                        |               |
| Версия документа - 1  | стр. 9 из 15  | Первый экземпляр _____ | КОПИЯ № _____ |


|   |   |
|---|---|
| 5. Стили покупок и продаж.<br>6. Правила работы с покупателями<br>Решение кейс-заданий:<br>1. «Промо-акция для обувной компании «Идеал»<br>2. «Промо-акция для компании Clinique»   |   |
| <b>Тема 5. Управление развитием ассортимента</b><br>1. Формирование категорий в ассортименте<br>2. Структура категорий, дерево покупательских решений<br>3. Товарный классификатор<br>Решение кейс-задания: «Управление товарным ассортиментом на основе результатов ABC-анализа»   | проекты слайд-презентаций, анализ конкретной ситуации |
| <b>Тема 6. Стратегии управления объемами продаж</b><br>1. Бренд-маркетинг. Репутация торговой марки<br>2. Стратегия ценообразования - стратегия развертывания функции качества<br>3. Позиционные стратегии участников рынка<br>4. Стратегии диверсификации<br>5. Стратегии маркетинга<br>Решение кейс-заданий:<br>1. «Компания «Данте» теряет свои позиции на российском рынке»<br>2. «Группа компаний «А»» | проекты слайд-презентаций, анализ конкретной ситуации |

Практические занятия и занятия семинарского типа – это такая форма организации обучения, при которой на этапе подготовки доминирует самостоятельная работа учащихся с учебной литературой и другими дидактическими средствами над серией вопросов, проблем и задач, а в процессе занятия идут активное обсуждение, дискуссии и выступления учащихся, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Занятие семинарского типа предназначено для углубленного изучения дисциплины, овладения методологией научного познания. Главная цель семинарских занятий – обеспечить студентам возможность овладеть навыками и умениями использования теоретического знания применительно к особенностям изучаемой отрасли. На таких занятиях решаются следующие задачи:

- развитие творческого профессионального мышления,
- познавательная мотивация,
- профессиональное использование знаний в учебных условиях: овладение языком соответствующей науки,
- навыки оперирования формулировками, понятиями, определениями,
- овладение умениями и навыками постановки и решения интеллектуальных проблем и задач, опровержения, отстаивания своей точки зрения.

Занятия семинарского типа могут быть различными как по содержанию, так и по построению, организации работы. Обычно на занятиях семинарского типа обсуждаются заранее поставленные вопросы. Студенты заблаговременно знакомятся с планом занятия

|   |  |                        |               |
|---|--|------------------------|---------------|
|    | МИНОБРНАУКИ РОССИИ<br>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») |                        |               |
|   | Костанайский филиал<br>Кафедра экономики   |                        |               |
| Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Управление продажами» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент |  |                        |               |
| Версия документа - 1  | стр. 10 из 15  | Первый экземпляр _____ | КОПИЯ № _____ |

и литературой, рекомендуемой к изучению данной темы, чтобы иметь возможность подготовиться.

Занятие семинарского типа «семинар – пресс-конференция» – является одной из разновидностей докладной системы. По всем пунктам плана занятия преподаватель поручает студентам (одному или нескольким) подготовить краткие доклады и проекты слайд-презентаций.

Создание проектов слайд-презентаций по обозначенной теме – это творческое задание, которое носит заведомо нестандартный характер и оценивается в каждом случае индивидуально. Содержание творческого задания должно быть согласовано с преподавателем.

Объем проекта слайд-презентации – не менее 10 слайдов.

1-й слайд– тема, ФИО студента, направление подготовки, группа

2-й слайд – объект, предмет, цель и задачи освещаемого вопроса / темы.

3-4-й слайды – теоретическая, нормативная и эмпирическая основа, методологическая основа, структура выступления.

С 5-го слайда - основная часть (текст) со схемами, таблицами, диаграммами, картинками, фото, статистическими данными и т.д.

Заключение: краткие выводы по результатам исследования. (1-2 слайда). Список использованной литературы – весь. (1-2 слайда). Сноски не нужны.

Последний слайд указывает на логическое завершение работы: «Спасибо за внимание!» или «Благодарим за внимание!».

Лучше стараться не перегружать слайд информацией. Рекомендуется писать на одном слайде не более тридцати слов; шире использовать графическую информацию - там, где можно заменить текст рисунком, это следует делать; на одном слайде стараться не использовать более 3 шрифтов. То же касается цвета - не рекомендуется использовать более 3 цветов. Не дублировать информацию. Слайды не должны содержать тот текст, который проговаривается устно. Текст выравнивается на слайдах по ширине и приблизительно одинакового размера. Цвет фона слайда не должен сливаться с цветом шрифта текста. Допускается прикрепление музыкального файла.

Рекомендации по подготовке к анализу конкретной ситуации (кейс-задание):

В процессе работы над ситуацией студентам рекомендуется обращать внимание на следующие вопросы:

1. Общая характеристика ситуации.

К какой отрасли бизнеса относится кейс? Что происходит в ситуации? Почему так происходит? В чем главная проблема? Суть конфликта?


2. Хронология событий.

Что происходило и когда? Внешняя среда бизнеса и внутренняя среда. Причинно-следственные связи. Прошлое, настоящее, будущее (прогноз).

3. Участники событий.

Кто является «героем» кейса? Роль всех участников. Их достоинства и недостатки. Профессия, возраст, должность. Психологические особенности. Степень влияния на события.


4. Статистика.

|   |   |                        |               |
|---|---|------------------------|---------------|
|  | МИНОБРНАУКИ РОССИИ<br>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br>Костанайский филиал<br>Кафедра экономики  |                        |               |
|   | Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Управление продажами» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент |                        |               |
| Версия документа - 1  | стр. 11 из 15   | Первый экземпляр _____ | КОПИЯ № _____ |

Анализ цифр, таблиц, схем и прочих данных. Изучение динамики (тенденции вверх, вниз, «зависание»). Ключевые показатели и факторы, их определяющие.

#### 5. Альтернативные решения.

Спектр возможных направлений действий, аргументация, оценка каждой альтернативы. Отбор наилучших идей. Поиск способов защиты выбранной позиции. План действий.

|   |   |                        |               |
|---|---|------------------------|---------------|
|  | МИНОБРНАУКИ РОССИИ<br>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br>Костанайский филиал<br>Кафедра экономики  |                        |               |
|   | Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Управление продажами» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент |                        |               |
| Версия документа - 1  | стр. 12 из 15   | Первый экземпляр _____ | КОПИЯ № _____ |


**Рекомендации по выполнению самостоятельной работы студентов**  
**Содержание самостоятельной работы студентов по дисциплине**  
**«Управление продажами»**

| Тема самостоятельной работы и вопросы, подлежащие рассмотрению в ходе её выполнения  | Оценочные средства                            |
|--|---|
| <b>Тема 1. Теория управления продажами</b><br>1. Потребительское поведение потребителей и организаций<br>2. Факторы, влияющие на процесс принятия решения потребителями<br>3. Факторы, влияющие на процесс принятия решения организации  | структурно-логическая схема, краткий конспект |
| <b>Тема 2. Приемы продаж</b><br>1. Продажи ключевым клиентам и управление этими клиентами<br>2. Продажи на основе взаимоотношений<br>3. Использование для продаж приемов прямого маркетинга и информационных технологий  | структурно-логическая схема, краткий конспект |
| <b>Тема 3. Мерчандайзинг в управлении продажами</b><br>1. Первый уровень концепции мерчандайзинга – внешний вид магазина и прилегающая территория<br>2. Второй уровень концепции мерчандайзинга– планировка магазина. Современные подходы к планировочным решениям магазина<br>3. Третий уровень концепции мерчандайзинга – выкладка товаров | структурно-логическая схема, краткий конспект |
| <b>Тема 4. Стимулирование продаж. Стратегия управления клиентами.</b><br>1. Стратегии управления клиентами<br>2. Характеристика и условия применения POS-материалов  | структурно-логическая схема, краткий конспект |
| <b>Тема 5. Управление развитием ассортимента</b><br>1. Сбалансированность ассортимента в торговой точке<br>2. Роли категорий и их классификация<br>3. Чек лист категорийщика   | структурно-логическая схема, краткий конспект |
| <b>Тема 6. Стратегии управления объемами продаж</b><br>1. Стратегия лидерства по издержкам<br>2. Стратегия широкой дифференциации<br>3. Стратегия рыночной ниши  | структурно-логическая схема, краткий конспект |

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Этапы самостоятельной работы:

- осознание учебной задачи, которая решается с помощью формы представления самостоятельной работы;
- ознакомление с инструкцией о её выполнении;
- осуществление процесса выполнения работы;

|   |  |                        |               |
|---|--|------------------------|---------------|
|    | МИНОБРНАУКИ РОССИИ<br>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») |                        |               |
|   | Костанайский филиал<br>Кафедра экономики   |                        |               |
| Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Управление продажами» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент |  |                        |               |
| Версия документа - 1  | стр. 13 из 15  | Первый экземпляр _____ | КОПИЯ № _____ |

- самоанализ, самоконтроль;
- проверка работ студента, выделение и разбор типичных преимуществ и ошибок.

Самостоятельная работа проводится в виде структурно-логических схем с пояснением в виде краткого конспекта для усвоения нового материала, упражнений при изучении нового материала, для закрепления и повторения, а также для самоконтроля обучающимися.

Структурно-логическая схема (СЛС) – графическая модель, отражающая основное содержание отдельных тем, вопросов или разделов изучаемой дисциплины. Структурно-логические схемы кратко и наглядно отражают содержание основных тем, разделов учебной дисциплины, логику курса в целом и методику его изложения. На каждой из таких схем изучаемый материал представлен в конкретной и структурированной форме, отражая содержание отдельных вопросов темы, в виде схем, графиков, чертежей, формул, уравнений. Каждая схема имеет опорный сигнал – символ – обобщенный образ восприятия, который объединяет вопросы, представленные на СЛС, а также помогает студенту увидеть особенности отдельных вопросов, тем, разделов изучаемой дисциплины.


СЛС содержит ключевые понятия, фразы, формулы, иллюстрации, расположенные в определенной логической последовательности, позволяющей представить изучаемый объект в целостном виде. В процессе разработки СЛС учебная информация обобщается, структурируется и, при необходимости, кодируется для того, чтобы наглядно раскрыть связи, как в рамках отдельной темы, так и между смежными темами.

Использование СЛС студентами при изучении теоретических разделов учебной дисциплины, решении практических задач, выполнении заданий обеспечивает:

- систематизацию знаний, возможность видеть логические связи между вопросами, темами и разделами изучаемой учебной дисциплины;
- развитие мышления, в том числе творческого, активизацию и эффективность самостоятельной познавательной деятельности в целом;
- сокращение времени на освоение теоретической части учебной дисциплины и, следовательно, возможность индивидуальной самостоятельной работы студентов при углубленной проработке отдельных тем изучаемого курса, выполнении заданий, ориентированных на будущую профессиональную деятельность.

Технология составления СЛС предполагает следующие этапы:

- 1 Внимательно прочесть первый раз представленные материалы, раскрывающие заданный вопрос
- 2 Осмыслить полученную информацию, разобраться в незнакомых терминах, определениях, осмыслить логику ответа на вопрос в целом
- 3 Прочитать материал второй раз, пометить ключевые слова, увязать их в логическую цепочку и записать в тетрадь (оформить в текстовом редакторе, в Power Point или использовать специализированные сайты) в виде структурно-логической схемы. Представленные структурно-логические схемы необходимо сопровождать авторскими тезисами, пояснениями или кратким конспектом по отдельным структурным блокам.

|   |   |                        |               |
|---|---|------------------------|---------------|
|  | МИНОБРНАУКИ РОССИИ<br>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br>Костанайский филиал<br>Кафедра экономики  |                        |               |
|   | Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Управление продажами» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент |                        |               |
| Версия документа - 1  | стр. 14 из 15   | Первый экземпляр _____ | КОПИЯ № _____ |

## **Рекомендации студентам по изучению рекомендованной литературы**

При подготовке и усвоении материала занятий лекционного типа следует обращаться к рекомендациям преподавателя, а также осуществлять самостоятельный подбор необходимых источников.

Рекомендуемая литература приводится в рабочей программе дисциплины «Управление продажами» и должна быть использована только из библиотеки Костанайского филиала ФГБОУ «ЧелГУ» и электронных библиотечных систем.

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем для изучения дисциплины «Управление продажами»:

1. Научно-электронная библиотека eLibrary [Электронный ресурс]. – URL: <http://elibrary.ru>

2. Электронно-библиотечная система «ЛАНЬ» [Электронный ресурс]. – URL: <http://e.lanbook.com>

3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.biblioclub.ru>


4. Электронно-библиотечная система «Юрайт» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.urait.ru>

Студентам рекомендуется получить в библиотеке учебную литературу по дисциплине, а также обращаться к электронным библиотечным системам, доступе к которым есть на сайте филиала <https://csukz.ru/universitet/bibl>

При работе с учебной литературой следует учитывать, что в большинстве учебников и учебных пособий делаются ссылки, сноски на другие литературные источники, приводится список литературы по раскрываемой в литературе проблеме.

Для полноценной подготовки к занятиям только чтение учебника или учебного пособия недостаточно – в них излагаются только принципиальные основы, в то время как в монографиях и научных статьях на ту или иную тему рассматриваемый вопрос анализируется с разных ракурсов или точек зрения, но в любом случае достаточно подробно и глубоко. Тем не менее, чтобы должным образом сориентироваться в задании, необходимо изучить содержание и некоторые элементы учебника или учебного пособия. Оценив задание, выбрав нужный фрагмент, и подобрав соответствующую литературу, можно приступить к подготовке к занятию.

В случае возникновения неясных вопросов студент может получить индивидуальную консультацию преподавателя согласно графику консультаций, утвержденному на кафедре.

|   |   |                        |               |
|---|---|------------------------|---------------|
|  | МИНОБРНАУКИ РОССИИ<br>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования<br>«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)<br>Костанайский филиал<br>Кафедра экономики  |                        |               |
|   | Методические рекомендации для подготовки к занятиям лекционного, семинарского типа и к самостоятельной работе студентов по дисциплине (модулю) «Управление продажами» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент |                        |               |
| Версия документа - 1  | стр. 15 из 15   | Первый экземпляр _____ | КОПИЯ № _____ |

### Список рекомендуемой литературы

1. Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 279 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621640>
2. Дорман, В. Н. Коммерческая деятельность : учебное пособие для вузов / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 119 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16401-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514257>
3. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 404 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510970>
4. Левкин, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебное пособие для вузов / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15243-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514242>
5. Маркетинг. Практикум : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8852-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510880>