Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Вятский государственный агротехнологический университет"

УТВЕРЖДАЮ

Декан экономического факультета

_____ Т.Б. Шиврина

"15" апреля 2021 г.

Организация и управление продажами на предприятиях АПК

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **экономики и менеджмента**

Учебный план Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы бакалавриата "Экономика и менеджмент на предприятии (в АПК)"

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72
в том числе:
аудиторные занятия 26
самостоятельная работа 44

Виды контроля в семестрах:
зачеты 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
Недель	13			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	12	12	12	12
Практические	14	14	14	14
КСР	2	2	2	2
В том числе инт.	10	10	10	10
Итого ауд.	26	26	26	26
Контактная работа	28	28	28	28
Сам. работа	44	44	44	44
Итого	72	72	72	72

Киров 2021

Программу составил(и):

к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента, Чекалдин Андрей Михайлович

Рецензент(ы):

к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента, Ситников Николай Петрович

Рабочая программа дисциплины

Организация и управление продажами на предприятиях АПК

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 12.01.2016 г. № 7)

составлена на основании Учебного плана:

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы бакалавриата "Экономика и менеджмент на предприятии (в АПК)"

одобренного и утвержденного Ученым советом университета от 15.04.2021 протокол № 5.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена учебно-методической комиссией

экономического факультета Протокол № 6/2020 - 2021 от "15" апреля 2021 г.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол № 8 от "15" апреля 2021 г.

Зав. кафедрой _____ к.э.н., доцент Спиридонова Евгения Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2022 г. № __

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2023 г. № __

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2024 г. № __

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2025 г. № __

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛЬ (ЦЕЛИ) ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	сформировать у обучающихся представление о построении и развитии системы продаж как центрального элемента организации агропромышленного комплекса

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В.ДВ.10
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Обучающийся должен обладать знаниями, умениями, навыками не ниже 1 уровня (низкого), которые были приобретены на предыдущем уровне образования: Маркетинг, Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Производственная практика: преддипломная практика, Государственная итоговая аттестация

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-2: способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	
Знать:	
Уровень 1	понятия управление продажами, управленческое решение
Уровень 2	этапы процесса разработки решений
Уровень 3	этапы процесса разработки решений по организации и управлению продажами на предприятиях АПК
Уметь:	
Уровень 1	оценивать условия принимаемых организационно-управленческих решений
Уровень 2	оценивать последствия принимаемых организационно-управленческих решений
Уровень 3	оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений по организации и управлению продажами на предприятиях АПК
Владеть:	
Уровень 1	навыками принятия организационно-управленческих решений
Уровень 2	навыками оценки последствий принимаемых организационно-управленческих решений
Уровень 3	навыками принятия и оценки последствий организационно-управленческих решений по организации и управлению продажами на предприятиях АПК

ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	
Знать:	
Уровень 1	экономические и маркетинговые основы поведения потребителей благ
Уровень 2	экономические и маркетинговые основы поведения потребителей благ, формирования спроса при управлении продажами на предприятиях
Уровень 3	экономические и маркетинговые основы поведения потребителей благ, формирования спроса при управлении продажами на предприятиях АПК
Уметь:	
Уровень 1	анализировать поведение потребителей экономических благ
Уровень 2	анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса при управлении продажами на предприятиях
Уровень 3	анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса при управлении продажами на предприятиях АПК
Владеть:	
Уровень 1	способностью исследовать поведение потребителей экономических благ
Уровень 2	способностью исследовать и анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса при управлении продажами
Уровень 3	способностью исследовать и анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса при управлении продажами на предприятиях АПК

ПК-17: способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
Знать:

Уровень 1	на низком уровне методы оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК
Уровень 2	на базовом уровне методы оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК
Уровень 3	на продвинутом уровне методы оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК
Уметь:	
Уровень 1	на низком уровне оценивать потенциал рынка при управлении продажами на предприятиях АПК
Уровень 2	на базовом уровне оценивать потенциал рынка при управлении продажами на предприятиях АПК
Уровень 3	на продвинутом уровне оценивать потенциал рынка при управлении продажами на предприятиях АПК
Владеть:	
Уровень 1	навыками оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК на низком уровне
Уровень 2	навыками оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК на базовом уровне
Уровень 3	навыками оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК на продвинутом уровне

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	этапы процесса разработки решений по организации и управлению продажами на предприятиях АПК
3.1.2	экономические и маркетинговые основы поведения потребителей благ, формирования спроса при управлении продажами на предприятиях АПК
3.1.3	методы оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК
3.2	**Уметь:**
3.2.1	оценивать условия и последствия принимаемых решений по организации и управлению продажами на предприятиях АПК
3.2.2	анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса при управлении продажами на предприятиях АПК
3.2.3	оценивать потенциал рынка при управлении продажами на предприятиях АПК
3.3	**Иметь навыки и (или) опыт деятельности (Владеть):**
3.3.1	принятия организационно-управленческих решений, оценки последствий принимаемых решений по организации и управлению продажами на предприятиях АПК
3.3.2	способностью исследовать и анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса при управлении продажами на предприятиях АПК
3.3.3	навыками оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Интеракт.	Примечание
	Раздел 1.						
1.1	Управление продажами и современный рынок продукции АПК /Лек/	8	2	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.3	0	
1.2	Организационно-управленческие решения при планированиии и прогнозировании объёмов продаж /Лек/	8	2	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.3	0	
1.3	Принятие организационно-управленческих решений при продаже продукции АПК /Лек/	8	2	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.3	0	
1.4	Особенности управления персоналом отдела продаж /Лек/	8	2	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.3	0	
1.5	Комплексная оценка сотрудников отдела продаж предприятий АПК /Лек/	8	2	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.3	0	
1.6	Сезонность в продажах продукции АПК /Лек/	8	2	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.3	0	
1.7	Особенности производственно-сбытовой деятельности предприятий АПК /Пр/	8	2	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.3	0	

1.8	Сбытовая программа предприятий АПК /Пр/	8	2	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.3	0	
1.9	Стратегия продаж /Пр/	8	2	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.1 Л2.4Л3.1 Л3.3	2	
1.10	Формы и методы продаж продукции предприятий АПК /Пр/	8	2	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.3	2	
1.11	Структуры отдела продаж на предприятиях АПК /Пр/	8	2	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.3	2	
1.12	Мотивация персонала отдела продаж /Пр/	8	2	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.3	2	
1.13	Оперативное управление продажами /Пр/	8	2	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.3	2	
1.14	Управление продажами и современный рынок /Ср/	8	6	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.15	Особенности разработки товарной политики в АПК /Ср/	8	6	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.16	Принятие организационно-управленческих решений при продаже продукции АПК /Ср/	8	6	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.17	Особенности управления персоналом отдела продаж /Ср/	8	6	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.18	Комплексная оценка сотрудников отдела продаж предприятий АПК /Ср/	8	6	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.19	Сезонность в продажах продукции АПК /Ср/	8	6	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.20	Подготовка к зачету /Ср/	8	8	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.2 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.21	/Зачёт/	8	0	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Рабочая учебная программа обеспечена фондом оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. Содержание фонда оценочных средств представлено в Приложениях 1 и 2.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л1.1	Дубровин И.А.	Организация производства на предприятии торговли [Электронный ресурс]: Учебное пособие Режим доступа: https://book.ru/book/919558	М.: Кнорус, 2015

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л2.1	под ред. Селищева Н.В.	1С: Управление торговлей 8.1 [Электронный ресурс]: Практическое пособие Режим доступа: https://book.ru/book/932466	М.: Кнорус, 2019
Л2.2	Воробьёва З.М.	Выбери профессию: менеджер по продажам [Электронный ресурс]: Практическое руководство Режим доступа: https://book.ru/book/914507	М.: Кнорус, 2013
Л2.3	И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев	Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров Режим доступа: https://biblio-online.ru/bcode/432143	Юрайт, 2019
Л2.4	Бармашов К.С.	Управление продажами. [Электронный ресурс]: монография Режим доступа: https://book.ru/book/929807	Москва : Русайнс, 2017

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л3.1	Корпусова В.П.	Управление продажами [Электронный ресурс]: Сборник ситуаций к практическим занятиям Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: ВятГСХА, 2014
Л3.2	Корпусова В.П.	Организация и управление продажами [Электронный ресурс]: Учебно-методическое пособие для самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: ФГБОУ ВО Вятская ГСХА, 2016
Л3.3	Ситников Н.П.	Организация и управление продажами на предприятиях АПК [Электронный ресурс]: учебное пособие Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: ФГБОУ ВО Вятская ГСХА, 2020

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aup.ru/ – Загл. с экрана
Э2	Интернет-проект «Корпоративный менеджмент» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/ – Загл. с экрана
Э3	Информационный портал о менеджменте: управленческое консультирование бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.md-management.ru/ – Загл. с экрана
Э4	Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://elibrary.ru/ – Загл. с экрана

6.3. Перечень информационных технологий

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционная система семейства Windows (Windows Vista Business AO NL, MS Win Prof 7 AO NL, Win Prof 7 AOL NL, Win Home Bas 7 AOL NL LGG, Win Starter 7 AO NL LGG, Win SL 8 AOL NL LGG, Win Prof 8 AOL NL, Win Home 10 All Languages Online Product Key License)
6.3.1.2	Приложения Office (MS Office Prof Plus 2007 AO NL, MS Office Prof Plus 2010 AO NL, MS Office 2013 OL NL, MS OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc)
6.3.1.3	Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security
6.3.1.4	Free Commander 2009/02b
6.3.1.5	Google Chrome 39/0/21/71/65
6.3.1.6	Opera 26/0/1656/24
6.3.1.7	Adobe Reader XI 11/0/09
6.3.1.8	Консультант Плюс
6.3.1.9	Гарант Аэро

6.3.2 Перечень информационных справочных систем и современных профессиональных баз данных

6.3.2.1	Информационная справочная система: КонсультантПлюс
6.3.2.2	Информационная справочная система: Гарант Аэро

6.3.2.3	Профессиональная база данных: Научная электронная библиотека elibrary.ru Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp
6.3.2.4	Профессиональная база данных: Электронный каталог ФГБОУ ВО Вятская ГСХА Режим доступа http://46.183.163.35/MarcWeb2
6.3.2.5	Профессиональная база данных: Официальный сайт Министерства сельского хозяйства и продовольствия Кировской области, http://www.dsx-kirov.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) представлено в Приложении 3.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины проводится в форме аудиторных занятий и внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся.

При проведении аудиторных занятий предусмотрено применение следующих инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества: обсуждение и разрешение проблем, метод кейсов, разбор конкретных ситуаций. Количество часов занятий в интерактивных формах определено учебным планом. Практическая подготовка при реализации дисциплины организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в следующих формах: самостоятельное изучение теоретического материала (тем дисциплины); подготовка к лекциям и практическим занятиям;

выполнение домашних тестовых и иных индивидуальных заданий; подготовка к мероприятиям текущего контроля;

подготовка к промежуточной аттестации.

При организации самостоятельной работы необходимо, прежде всего, обратить внимание на ключевые понятия, несущие основную смысловую нагрузку в том или ином разделе учебной дисциплины.

1. Самостоятельное изучение тем дисциплины

Для работы необходимо ознакомиться с учебным планом дисциплины и установить, какое количество часов отведено учебным планом в целом на изучение дисциплины, на аудиторную работу с преподавателем на лекционных и практических занятиях, а также на самостоятельную работу. С целью оптимальной самоорганизации необходимо сопоставить эту информацию с графиком занятий и выявить наиболее затратные по времени и объему темы, чтобы заранее определить для себя периоды объемных заданий. Целесообразно начать работу с изучения теоретического материала, основных терминов и понятий курса и с письменных ответов на индивидуальные и тестовые задания.

2. Подготовка к лекционным и практическим занятиям

Традиционной формой аудиторных занятий являются лекции. Курс лекций даёт необходимую информацию для изучения дисциплины. К числу основных форм аудиторных занятий относятся также практические занятия. Их проведение предполагает осуществление определённой самостоятельной работы обучающихся. Внеаудиторная самостоятельная работа предполагает индивидуальное изучение основных разделов и тем курса. Изучаемый материал рекомендуется конспектировать. Конспекты позволяют обучающемуся не только сформировать необходимый объём информации, но и правильно её структурировать, а в дальнейшем – лучше усвоить.

Цель практических занятий заключается в закреплении теоретического материала по наиболее важным темам, в развитии у обучающихся навыков критического мышления в данной области знания, умений работы с учебной и научной литературой, нормативными материалами. В ходе подготовки к практическому занятию обучающемуся следует внимательно ознакомиться с планом, вопросами, вынесенными на обсуждение, тщательно изучить соответствующий теоретический материал, предлагаемую учебную методическую и научную литературу. Рекомендуется обращение обучающихся к монографиям, статьям из специальных журналов, хрестоматийным выдержкам, а также к материалам средств массовой информации по теме, что позволяет в значительной мере углубить понимание проблемы и разнообразить процесс её обсуждения.

3. Подготовка к мероприятиям текущего контроля

В конце изучения каждой темы проводится тематическое тестирование обучающихся, которое является средством контроля и оценки знаний. Подготовка к тестированию заключается в повторении пройденного материала и повторном решении заданий, которые рассматривались на аудиторных занятиях, а также в выполнении заданий для самостоятельной работы.

4. Подготовка к промежуточной аттестации

Подготовка к зачёту является заключительным этапом изучения дисциплины и выступает средством контроля и оценки знаний. Подготовка к зачёту предполагает изучение конспектов обучающихся, рекомендуемой литературы и других источников, повторение материала аудиторных занятий.

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Вятский государственный агротехнологический университет"

УТВЕРЖДАЮ
Декан экономического факультета
_____ Т.Б. Шиврина
"15" апреля 2021 г.

Организация и управление продажами на предприятиях АПК

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **экономики и менеджмента**

Учебный план Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы бакалавриата "Экономика и менеджмент на предприятии (в АПК)"

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72
в том числе:
аудиторные занятия 8
самостоятельная работа 60
часов на контроль 4

Виды контроля на курсах:
зачеты 5

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		5		Итого	
Вид занятий	УП	РП	УП	РП		
Лекции			2	2	2	2
Практические	2	2	4	4	6	6
В том числе инт.			4	4	4	4
Итого ауд.	2	2	6	6	8	8
Контактная работа	2	2	6	6	8	8
Сам. работа	34	34	26	26	60	60
Часы на контроль			4	4	4	4
Итого	36	36	36	36	72	72

Киров 2021

Программу составил(и):

к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента, Чекалдин Андрей Михайлович

Рецензент(ы):

к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента, Ситников Николай Петрович

Рабочая программа дисциплины

Организация и управление продажами на предприятиях АПК

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 12.01.2016 г. № 7)

составлена на основании Учебного плана:

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы бакалавриата "Экономика и менеджмент на предприятии (в АПК)"

одобренного и утвержденного Ученым советом университета от 15.04.2021 протокол № 5.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена учебно-методической комиссией

экономического факультета Протокол № 6б/ от "15" апреля 2021 г.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол № 8 от "15" апреля 2021 г.

Зав. кафедрой _____ к.э.н., доцент Спиридонова Евгения Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2022 г. № __

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2023 г. № __

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2024 г. № __

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры

экономики и менеджмента

Протокол от "__" _____ 2025 г. № __

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛЬ (ЦЕЛИ) ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	сформировать у обучающихся представление о построении и развитии системы продаж как центрального элемента организации агропромышленного комплекса

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В.ДВ.10
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Обучающийся должен обладать знаниями, умениями, навыками не ниже 1 уровня (низкого), которые были приобретены на предыдущем уровне образования: Маркетинг, Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности 3
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Преддипломная практика, Государственная итоговая аттестация

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-2: способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	
Знать:	
Уровень 1	понятия управление продажами, управленческое решение
Уровень 2	этапы процесса разработки решений
Уровень 3	этапы процесса разработки решений по организации и управлению продажами на предприятиях АПК
Уметь:	
Уровень 1	оценивать условия принимаемых организационно-управленческих решений
Уровень 2	оценивать последствия принимаемых организационно-управленческих решений
Уровень 3	оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений по организации и управлению продажами на предприятиях АПК
Владеть:	
Уровень 1	навыками принятия организационно-управленческих решений
Уровень 2	навыками оценки последствий принимаемых организационно-управленческих решений
Уровень 3	навыками принятия и оценки последствий организационно-управленческих решений по организации и управлению продажами на предприятиях АПК

ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	
Знать:	
Уровень 1	экономические и маркетинговые основы поведения потребителей благ
Уровень 2	экономические и маркетинговые основы поведения потребителей благ, формирования спроса при управлении продажами на предприятиях
Уровень 3	экономические и маркетинговые основы поведения потребителей благ, формирования спроса при управлении продажами на предприятиях АПК
Уметь:	
Уровень 1	анализировать поведение потребителей экономических благ
Уровень 2	анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса при управлении продажами на предприятиях
Уровень 3	анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса при управлении продажами на предприятиях АПК
Владеть:	
Уровень 1	способностью исследовать поведение потребителей экономических благ
Уровень 2	способностью исследовать и анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса при управлении продажами
Уровень 3	способностью исследовать и анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса при управлении продажами на предприятиях АПК

ПК-17: способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
Знать:

Уровень 1	на низком уровне методы оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК
Уровень 2	на базовом уровне методы оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК
Уровень 3	на продвинутом уровне методы оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК
Уметь:	
Уровень 1	на низком уровне оценивать потенциал рынка при управлении продажами на предприятиях АПК
Уровень 2	на базовом уровне оценивать потенциал рынка при управлении продажами на предприятиях АПК
Уровень 3	на продвинутом уровне оценивать потенциал рынка при управлении продажами на предприятиях АПК
Владеть:	
Уровень 1	навыками оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК на низком уровне
Уровень 2	навыками оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК на базовом уровне
Уровень 3	навыками оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК на продвинутом уровне

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	этапы процесса разработки решений по организации и управлению продажами на предприятиях АПК
3.1.2	экономические и маркетинговые основы поведения потребителей благ, формирования спроса при управлении продажами на предприятиях АПК
3.1.3	методы оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК
3.2	**Уметь:**
3.2.1	оценивать условия и последствия принимаемых решений по организации и управлению продажами на предприятиях АПК
3.2.2	анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса при управлении продажами на предприятиях АПК
3.2.3	оценивать потенциал рынка при управлении продажами на предприятиях АПК
3.3	**Иметь навыки и (или) опыт деятельности (Владеть):**
3.3.1	принятия организационно-управленческих решений, оценки последствий принимаемых решений по организации и управлению продажами на предприятиях АПК
3.3.2	способностью исследовать и анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса при управлении продажами на предприятиях АПК
3.3.3	навыками оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1.						
1.1	Управление продажами и современный рынок продукции АПК /Лек/	5	2	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.3	0	
1.2	Организационно-управленческие решения при при продаже продукции АПК /Пр/	4	2	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.3	0	
1.3	Особенности управления персоналом отдела продаж /Пр/	5	2	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.3	2	
1.4	Особенности производственно-сбытовой деятельности предприятий АПК /Ср/	4	2	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.5	Сбытовая программа предприятий АПК /Ср/	4	2	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.6	Стратегия продаж /Ср/	4	2	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.1 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

1.7	Формы и методы продаж продукции предприятий АПК /Ср/	4	2	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.8	Структуры отдела продаж на предприятиях АПК /Пр/	5	2	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.3	2	
1.9	Мотивация персонала отдела продаж /Ср/	4	4	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.10	Оперативное управление продажами /Ср/	4	4	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.11	Управление продажами и современный рынок /Ср/	4	6	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.12	Особенности разработки товарной политики в АПК /Ср/	4	6	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.13	Принятие организационно-управленческих решений при продаже продукции АПК /Ср/	4	6	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.14	Особенности управления персоналом отдела продаж /Ср/	5	5	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.15	Комплексная оценка сотрудников отдела продаж предприятий АПК /Ср/	5	5	ОПК-2 ПК-9	Л1.1Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.16	Сезонность в продажах продукции АПК /Ср/	5	6	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.17	Подготовка домашней контрольной работы /Ср/	5	10	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.2 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.18	/Зачёт/	5	4	ОПК-2 ПК-9 ПК-17	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Рабочая учебная программа обеспечена фондом оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. Содержание фонда оценочных средств представлено в Приложениях 1 и 2.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л1.1	Дубровин И.А.	Организация производства на предприятии торговли [Электронный ресурс]: Учебное пособие Режим доступа: https://book.ru/book/919558	М.: Кнорус, 2015
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л2.1	под ред. Селищева Н.В.	1С: Управление торговлей 8.1 [Электронный ресурс]: Практическое пособие Режим доступа: https://book.ru/book/932466	М.: Кнорус, 2019
Л2.2	Воробьёва З.М.	Выбери профессию: менеджер по продажам [Электронный ресурс]: Практическое руководство Режим доступа: https://book.ru/book/914507	М.: Кнорус, 2013
Л2.3	И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев	Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров Режим доступа: https://biblio-online.ru/bcode/432143	Юрайт, 2019
Л2.4	Бармашов К.С.	Управление продажами. [Электронный ресурс]: монография Режим доступа: https://book.ru/book/929807	Москва : Русайнс, 2017
6.1.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л3.1	Корпусова В.П.	Управление продажами [Электронный ресурс]: Сборник ситуаций к практическим занятиям Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: ВятГСХА, 2014
Л3.2	Корпусова В.П.	Организация и управление продажами [Электронный ресурс]: Учебно-методическое пособие для самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: ФГБОУ ВО Вятская ГСХА, 2016
Л3.3	Ситников Н.П.	Организация и управление продажами на предприятиях АПК [Электронный ресурс]: учебное пособие Режим доступа: http://46.183.163.35/MarcWeb2/Default.asp	Киров: ФГБОУ ВО Вятская ГСХА, 2020
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aup.ru/ – Загл. с экрана		
Э2	Интернет-проект «Корпоративный менеджмент» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/ – Загл. с экрана		
Э3	Информационный портал о менеджменте: управленческое консультирование бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.md-management.ru/ – Загл. с экрана		
Э4	Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://elibrary.ru/ – Загл. с экрана		
6.3. Перечень информационных технологий			
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
6.3.1.1	Операционная система семейства Windows (Windows Vista Business AO NL, MS Win Prof 7 AO NL, Win Prof 7 AOL NL, Win Home Bas 7 AOL NL LGG, Win Starter 7 AO NL LGG, Win SL 8 AOL NL LGG, Win Prof 8 AOL NL, Win Home 10 All Languages Online Product Key License)		
6.3.1.2	Приложения Office (MS Office Prof Plus 2007 AO NL, MS Office Prof Plus 2010 AO NL, MS Office 2013 OL NL, MS OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc)		
6.3.1.3	Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security		
6.3.1.4	Free Commander 2009/02b		
6.3.1.5	Google Chrome 39/0/21/71/65		
6.3.1.6	Opera 26/0/1656/24		
6.3.1.7	Adobe Reader XI 11/0/09		
6.3.1.8	Консультант Плюс		
6.3.1.9	Гарант Аэро		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем и современных профессиональных баз данных			
6.3.2.1	Информационная справочная система: КонсультантПлюс		
6.3.2.2	Информационная справочная система: Гарант Аэро		
6.3.2.3	Профессиональная база данных: Научная электронная библиотека elibrary.ru Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp		
6.3.2.4	Профессиональная база данных: Электронный каталог ФГБОУ ВО Вятская ГСХА Режим доступа http://46.183.163.35/MarcWeb2		

6.3.2.5	Профессиональная база данных: Официальный сайт Министерства сельского хозяйства и продовольствия Кировской области, http://www.dsx-kirov.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) представлено в Приложении 3.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины проводится в форме аудиторных занятий и внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся.

При проведении аудиторных занятий предусмотрено применение следующих инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества: обсуждение и разрешение проблем, метод кейсов, разбор конкретных ситуаций. Количество часов занятий в интерактивных формах определено учебным планом. Практическая подготовка при реализации дисциплины организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в следующих формах: самостоятельное изучение теоретического материала (тем дисциплины); подготовка к лекциям и практическим занятиям;

выполнение домашних тестовых и иных индивидуальных заданий; подготовка к мероприятиям текущего контроля;

подготовка к промежуточной аттестации.

При организации самостоятельной работы необходимо, прежде всего, обратить внимание на ключевые понятия, несущие основную смысловую нагрузку в том или ином разделе учебной дисциплины.

1. Самостоятельное изучение тем дисциплины

Для работы необходимо ознакомиться с учебным планом дисциплины и установить, какое количество часов отведено учебным планом в целом на изучение дисциплины, на аудиторную работу с преподавателем на лекционных и практических занятиях, а также на самостоятельную работу. С целью оптимальной самоорганизации необходимо сопоставить эту информацию с графиком занятий и выявить наиболее затратные по времени и объему темы, чтобы заранее определить для себя периоды объемных заданий. Целесообразно начать работу с изучения теоретического материала, основных терминов и понятий курса и с письменных ответов на индивидуальные и тестовые задания.

2. Подготовка к лекционным и практическим занятиям

Традиционной формой аудиторных занятий являются лекции. Курс лекций даёт необходимую информацию для изучения дисциплины. К числу основных форм аудиторных занятий относятся также практические занятия. Их проведение предполагает осуществление определённой самостоятельной работы обучающихся. Внеаудиторная самостоятельная работа предполагает индивидуальное изучение основных разделов и тем курса. Изучаемый материал рекомендуется конспектировать. Конспекты позволяют обучающемуся не только сформировать необходимый объём информации, но и правильно её структурировать, а в дальнейшем – лучше усвоить.

Цель практических занятий заключается в закреплении теоретического материала по наиболее важным темам, в развитии у обучающихся навыков критического мышления в данной области знания, умений работы с учебной и научной литературой, нормативными материалами. В ходе подготовки к практическому занятию обучающемуся следует внимательно ознакомиться с планом, вопросами, вынесенными на обсуждение, тщательно изучить соответствующий теоретический материал, предлагаемую учебную методическую и научную литературу. Рекомендуется обращение обучающихся к монографиям, статьям из специальных журналов, хрестоматийным выдержкам, а также к материалам средств массовой информации по теме, что позволяет в значительной мере углубить понимание проблемы и разнообразить процесс её обсуждения.

3. Подготовка к мероприятиям текущего контроля

В конце изучения каждой темы проводится тематическое тестирование обучающихся, которое является средством контроля и оценки знаний. Подготовка к тестированию заключается в повторении пройденного материала и повторном решении заданий, которые рассматривались на аудиторных занятиях, а также в выполнении заданий для самостоятельной работы.

4. Подготовка к промежуточной аттестации

Подготовка к зачёту является заключительным этапом изучения дисциплины и выступает средством контроля и оценки знаний. Подготовка к зачёту предполагает изучение конспектов обучающихся, рекомендуемой литературы и других источников, повторение материала аудиторных занятий.

Приложение 1

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
Организация и управление продажами на предприятиях АПК

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) программы бакалавриата «Экономика и менеджмент на предприятии (в АПК)»

Квалификация бакалавр

1. Описание назначения и состава фонда оценочных средств

Настоящий фонд оценочных средств (ФОС) входит в состав рабочей программы дисциплины «Организация и управление продажами на предприятиях АПК» и предназначен для оценки планируемых результатов обучения - знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций (п.2) в процессе изучения данной дисциплины.

ФОС включает в себя оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации в форме зачета.

ФОС разработан на основании:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.01.2016 N 7;

- основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.02. Менеджмент направленности (профилю) программы бакалавриата «Экономика и менеджмент на предприятии (в АПК)»;

- Положения «О формировании фонда оценочных средств для промежуточной и итоговой аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования».

2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Общепрофессиональные компетенции:

- способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2).

Профессиональные компетенции:

- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);
- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).

Код формируемой компетенции	**Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы**		
	Начальный	**Основной**	**Заключительный**
ОПК-2	• Экология и природопользование • Методы принятия управленческих решений • Регионалистика • Разработка управленческих решений	• Маркетинг • Корпоративные финансы • Корпоративная социальная ответственность • Управление технологиями в АПК • Коммерческий менеджмент в АПК • Организация и управление продажами на	• Производственная практика: преддипломная практика • Подготовка к государственной итоговой аттестации

		предприятиях АПК	
ПК-9	• Экономическая теория • Институциональная экономика • Защита прав потребителей	• Экономика отраслей АПК • Сельскохозяйственные рынки • Маркетинговые исследования в АПК • Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков • Коммерческий менеджмент в АПК • Организация и управление продажами на предприятиях АПК	• Производственная практика: преддипломная практика • Подготовка к государственной итоговой аттестации
ПК-17	• Регионалистика • Экономика организаций (предприятий) • Знакомство с культурными ценностями города Кирова	• Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков • Управление разработкой и внедрением нового продукта • Экономические основы производства и переработки продукции растениеводства • Экономические основы производства и переработки продукции животноводства • Коммерческий менеджмент в АПК • Организация и управление продажами на предприятиях АПК • Культурные ценности родного края	• Производственная практика: преддипломная практика • Подготовка к государственной итоговой аттестации

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Планируемые результаты обучения по дисциплине - знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы		
ОПК-2: способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений		
Знать:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	понятия управление продажами, управленческое решение	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - логичность, обоснованность, четкость

Уровень 2	этапы процесса разработки решений	изложения и ответа на вопросы; - работа в течение семестра, наличие задолженности по текущему контролю успеваемости. - правильность выполнения заданий.
Уровень 3	этапы процесса разработки решений по организации и управлению продажами на предприятиях АПК	
Уметь:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	оценивать условия принимаемых организационно-управленческих решений	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - логичность, обоснованность, четкость изложения и ответа на вопросы; - работа в течение семестра, наличие задолженности по текущему контролю успеваемости. - правильность выполнения заданий.
Уровень 2	оценивать последствия принимаемых организационно-управленческих решений	
Уровень 3	оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений по организации и управлению продажами на предприятиях АПК	
Владеть:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	навыками принятия организационно-управленческих решений	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - логичность, обоснованность, четкость изложения и ответа на вопросы; - работа в течение семестра, наличие задолженности по текущему контролю успеваемости. - правильность выполнения заданий.
Уровень 2	навыками оценки последствий принимаемых организационно-управленческих решений	
Уровень 3	навыками принятия и оценки последствий организационно-управленческих решений по организации и управлению продажами на предприятиях АПК	
ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли		
Знать:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	экономические и маркетинговые основы поведения потребителей благ	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - логичность, обоснованность, четкость изложения и ответа на вопросы; - работа в течение семестра, наличие задолженности по текущему контролю успеваемости. - правильность выполнения заданий.
Уровень 2	экономические и маркетинговые основы поведения потребителей благ, формирования спроса при управлении продажами на предприятиях	
Уровень 3	экономические и маркетинговые основы поведения потребителей благ, формирования спроса при управлении продажами на предприятиях АПК	
Уметь:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	анализировать поведение потребителей экономических благ	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - логичность, обоснованность, четкость изложения и ответа на вопросы; - работа в течение семестра, наличие
Уровень 2	анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса при управлении продажами на предприятиях	

Уровень 3	анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса при управлении продажами на предприятиях АПК	задолженности по текущему контролю успеваемости. - правильность выполнения заданий.
Владеть:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	способностью исследовать поведение потребителей экономических благ	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - логичность, обоснованность, четкость изложения и ответа на вопросы; - работа в течение семестра, наличие задолженности по текущему контролю успеваемости. - правильность выполнения заданий.
Уровень 2	способностью исследовать и анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса при управлении продажами	
Уровень 3	способностью исследовать и анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса при управлении продажами на предприятиях АПК	
ПК-17: способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели		
Знать:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	на низком уровне методы оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - логичность, обоснованность, четкость изложения и ответа на вопросы; - работа в течение семестра, наличие задолженности по текущему контролю успеваемости. правильность выполнения заданий.
Уровень 2	на базовом уровне методы оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК	
Уровень 3	на продвинутом уровне методы оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК	
Уметь:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	на низком уровне оценивать потенциал рынка при управлении продажами на предприятиях АПК	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - логичность, обоснованность, четкость изложения и ответа на вопросы; - работа в течение семестра, наличие задолженности по текущему контролю успеваемости. правильность выполнения заданий.
Уровень 2	на базовом уровне оценивать потенциал рынка при управлении продажами на предприятиях АПК	
Уровень 3	на продвинутом уровне оценивать потенциал рынка при управлении продажами на предприятиях АПК	
Владеть:		**Критерии оценивания**
Уровень 1	навыками оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК на низком уровне	- уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач; - логичность, обоснованность, четкость изложения и ответа на вопросы; - работа в течение семестра, наличие задолженности по текущему контролю
Уровень 2	навыками оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК на базовом уровне	

Уровень 3	навыками оценки потенциала рынка при управлении продажами на предприятиях АПК на продвинутом уровне	успеваемости. правильность выполнения заданий.

Для оценки сформированности соответствующих компетенций по дисциплине «Организация и управление продажами на предприятиях АПК» применяется аналитическая шкала оценивания:

Шкала оценивания:

№	Критерии оценивания	Не зачтено	Зачтено		
			Низкий уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
		Описание показателя			
1	Уровень усвоения обучающимся теоретических знаний и умение использовать их для решения профессиональных задач	Низкий уровень усвоения материала, незнание значительной части программного материала	Представлены знания только основного материала, но не усвоены его деталей	Твердое знание программного материала	Высокий уровень усвоения материала, умение тесно увязывать теорию с практикой
2	Логичность, обоснованность, четкость ответа на вопросы	Существенные ошибки, нет ответов на дополнительные, уточняющие вопросы	Неточности в ответах, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.	Грамотное и по существу изложение теоретического материала, без существенных неточностей в ответе на вопросы	Исчерпывающее последовательное, четкое и логически стройное изложение теоретического материала
3	Работа в течение семестра, наличие задолженности по текущему контролю успеваемости.	Имеются многочисленные пропуски занятий, задолженность по текущему контролю успеваемости	Имеются пропуски занятий, частичная задолженность по текущему контролю успеваемости	Активная работа в течение семестра, задолженность отсутствует	Активная работа в течение семестра, задолженность отсутствует
4	Полнота и правильность ответов	Обучающийся не владеет предметной терминологией, понятиями и категориями, правильно выполняет менее 55% заданий	Обучающийся слабо владеет предметной терминологией, понятиями и категориями, правильно выполняет 55-69% заданий	Обучающийся уверенно владеет предметной терминологией, понятиями и категориями, основными методами, правильно выполняет 70-84% заданий	Обучающийся в совершенстве владеет предметной терминологией, понятиями и категориями, системным представлением, правильно выполняет более 85% заданий

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Вопросы для подготовки к зачёту по дисциплине «Организация и управление продажами на предприятиях АПК»:

1. Понятие продаж.
2. Место стратегии продаж в деятельности компании.
3. Реализация стратегии продаж.
4. Виды организационных структур отдела продаж.
5. Тестирование организационной структуры.
6. Права и обязанности менеджера по продажам.
7. Качества, необходимые сотруднику отдела продаж предприятий АПК.
8. Основные подходы к подбору персонала.
9. Планирование персонала отдела продаж на предприятиях АПК.
10. Примерная программа обучения продавцов-консультантов.
11. Эффективность подбора персонала.
12. Основные формы обучения торгового персонала.
13. Требования к системе оплаты труда торгового персонала.
14. Основные типы систем оплаты труда.
15. Разработка системы оплаты сбытового персонала.
16. Тестирование системы оплаты труда сбытового персонала.
17. Сбор информации о клиенте.
18. Презентация товара или услуги.
19. Работа с сомнениями клиента.
20. Завершение сделки.
21. Продажи крупным клиентам.
22. Продажи государственным органам.
23. Функциональное назначение посредника.
24. Формы посредничества.
25. Этапы процесса привлечения партнёров.
26. Работа с рекламациями.
27. Значение комплексной оценки менеджеров по продажам.
28. Качественные показатели оценки менеджеров по продажам.
29. Количественные показатели оценки менеджеров по продажам.
30. Сезонность и её виды.
31. Отказ от корректировки сезонности.
32. Корректировка спадов.
33. Управление активностью сотрудников.
34. Разработка регламентов работы.
35. Необходимость прогнозирования продаж.
36. Методы прогнозирования продаж.
37. Этапы работы с дебиторской задолженностью: заключение договора.
38. Этапы работы с дебиторской задолженностью: работа с контрагентом.
39. Этапы работы с дебиторской задолженностью: образование просроченной задолженности.
40. Этапы работы с дебиторской задолженностью: принятие решения, имеющего юридические последствия.
41. Прямые продажи как метод организации работы торгового предприятия.
42. Тайм-менеджмент – культура организации рабочего времени.

Типовые билеты для зачета по дисциплине «Организация и управление продажами на предприятиях АПК»

Билет №0

1.Разработка регламентов работы (ОПК-2, ПК-9, ПК-17, Знания, Умения, уровень 2 – Базовый).

2. Функциональное назначение посредника (ОПК-2, ПК-9, ПК-1, Умения, Навыки, уровень 3 – Продвинутый).

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Процедура оценивания знаний, умений и навыков при проведении промежуточной аттестации по дисциплине «Организация и управление продажами на предприятиях АПК» проводится в форме зачёта.

Порядок организации и проведения промежуточной аттестации обучающегося, форма проведения, процедура сдачи зачёта, сроки и иные вопросы определены Положением о порядке организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Процедура оценивания знаний, умений и навыков при проведении теоретической части зачёта проводится путем ответа на билеты обучающихся:

- обучающийся выбирает билет по дисциплине, сообщает его номер преподавателю, берёт листки подготовки ответа;
- при подготовке к устному зачёту обучающийся ведёт записи на листке подготовки к ответу, который затем сдаёт экзаменатору;
- время подготовки не может превышать 15 минут;
- при необходимости обучающему могут быть заданы дополнительные вопросы, но не более трёх.
- по результатам ответа выставляется оценка согласно установленной шкалы оценивания.

Для подготовки к зачёту рекомендуется использовать лекционный и практический материал по дисциплине, литературные источники и электронные ресурсы.

Приложение 2

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине
Организация и управление продажами на предприятиях АПК

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы бакалавриата «Экономика и менеджмент на предприятии (в АПК)»
Квалификация бакалавр

1. Описание назначения и состава фонда оценочных средств

Настоящий фонд оценочных средств (ФОС) входит в состав рабочей программы дисциплины «Организация и управление продажами на предприятиях АПК» и предназначен для оценки планируемых результатов обучения - знаний, умений, навыков в процессе изучения данной дисциплины.

2. Перечень компетенций, формируемых при изучении дисциплины

Общепрофессиональные компетенции:

- способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2).

Профессиональные компетенции:

- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);
- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).

3. Банк оценочных средств

Для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины «Организация и управление продажами на предприятиях АПК» используются следующие оценочные средства:

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства
1	Тестовые задания	Тестовые задания содержат теоретические вопросы и практические задания, позволяющие определить уровень подготовки обучающегося
2	Проблемные ситуации (Кейс-задачи)	Практические задания, позволяющее оценить умения и навыки, которыми овладел обучающийся при формировании соответствующих компетенций
3	Домашняя контрольная работа	Домашняя контрольная работа предназначена для самостоятельного изучения отдельных вопросов теоретического материала и практического выполнения заданий обучающихся заочной формы обучения

Тестовые задания
для проведения текущего контроля знаний
по дисциплине «Организация и управление продажами на предприятиях АПК»

Текущий контроль проводится в форме тестирования, предназначенного для определения уровня подготовки обучающегося, определения знаний, умений и навыков, которые были приобретены в ходе изучения дисциплины.

Результаты текущего контроля в форме тестирования оцениваются посредством интегральной (целостной) двухуровневой шкалы.

Шкала оценивания:

Шкала оценивания	Показатели оценивания
Не зачтено	Обучающийся показывает очень низкий уровень знаний, умений и навыков; не владеет учебным материалом, неуверенно отвечает на вопросы; правильно выполняет менее 55% заданий.
Зачтено	Обучающийся демонстрирует достаточно высокий уровень знаний, умений и навыков; владеет учебным материалом, уверенно отвечает на большинство вопросов; правильно выполняет более 55% заданий.

Типовые тестовые задания для текущего контроля знаний (6 вариантов)

1 В каком случае наиболее эффективна организационная структура отдела продаж, специализирующаяся по группам товаров?

а) если потенциальные клиенты заинтересованы во всём спектре продукции;

б) если одна или несколько групп товаров требуют специальных глубоких знаний в предметной области;

в) если работа отдела ориентирована на расширение клиентской базы

2 Основная задача продажи:

а) побудить покупателя к покупке;

б) увеличение объёма продаж;

в) получение информации о потребностях покупателя.

3 Что значит « управлять продажами»?

а) определить организационную структуру отдела продаж, определить систему мотивации менеджеров;

б) выработать миссию компании, стратегию развития, стратегию маркетинга, стратегию продаж;

в) определить цели работы, вести контроль достижения целей, управлять процессами достижения целей

4 Преимущества специализации менеджеров по этапам продаж:

а) чётко определена ответственность за продажи конкретного вида товара;

б) каждый этап работы с клиентом выполняется более профессионально;

в) более интенсивная работа по определённому товару

5 По каким критериям нужно сравнивать менеджеров по продажам? Выберите все необходимые критерии.

а) нужно сравнивать по объёмам продаж;

б) нужно сравнивать по показателям прироста;

в) нужно сравнивать по сравниваемым показателям, например, по проценту просроченной дебиторской задолженности и т. п.

6 Какова основная задача регламента выполнения определённой работы?

а) формализация лучшего опыта, накопленного при выполнении работы

б) выработка стратегии развития компании на рынке;

в) сбор и систематизация информации о клиенте

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания

Процедура оценивания знаний, умений и навыков при проведении текущего контроля знаний проводится путем письменного или компьютерного тестирования обучающихся:

- сроки проведения текущего контроля: в течение семестра.
- процедура оценивания проводится во время проведения практических занятий.
- обучающийся получает тестовые теоретические задания.
- на выполнение всей работы отводится не более 30 мин.
- оценка текущего контроля проводится посредством интегральной (целостной) двухуровневой шкалы.

В результате проведенного тестирования при помощи шкалы оценивания определяется уровень освоения знаний, умений и навыков обучающимся, влияющий на уровень сложности при изучении отдельных тем (разделов) дисциплины.

Проблемные ситуации (Кейс-задачи)
для проведения текущего контроля знаний
по дисциплине «Организация и управление продажами
на предприятиях АПК»»

Текущий контроль в форме решения проблемных ситуаций (кейс-задач) предназначен для оценки степени освоения теоретического и практического материала по дисциплине.

Результаты текущего контроля в форме решения проблемных ситуаций(кейс-задач) оцениваются посредством интегральной (целостной) двухуровневой шкалы:

Шкала оценивания:

Шкала оценивания	Показатели оценивания
Не зачтено	Обучающийся показывает очень низкий уровень знаний, умений и навыков; не владеет учебным материалом, неуверенно отвечает на вопросы; правильно выполняет менее 55% заданий.
Зачтено	Обучающийся демонстрирует достаточно высокий уровень знаний, умений и навыков; владеет учебным материалом, уверенно отвечает на большинство вопросов; правильно выполняет более 55% заданий.

Типовые проблемные ситуации (кейс - задачи) для текущего контроля знаний (10 вариантов)

Задание 1. СВЯТАЯ ЛОЖЬ, или КАК ОТУЧИТЬ СОТРУДНИКОВ ВРАТЬ

Интернет-магазин ST***X реализует продукты питания с доставкой в офис или на дом и обслуживает как компании, так и частные лица. Работает магазин по предоплате: клиент сначала оплачивает покупку, а затем её доставляют. В качестве курьеров в ST***X работает в основном молодёжь, и с ними больше всего проблем. В день магазин получает по семь-восемь жалоб на некачественное обслуживание, недоставку, задержку и т. д. Когда вызываешь курьера и разбираешь с ним конкретную жалобу, то он начинает отказываться, утверждает, что приехал вовремя, всё передал, был сама вежливость, есть даже свидетели. И так каждый раз. Просишь написать объяснительную, так и напишет.

Клиенты возмущаются, перестают пользоваться услугами магазина, но и фирме такие работники не нужны. Расстаются с ними быстро, но вот беда - на их место приходят такие же. На детекторе лжи их проверять бесполезно, потому что они искренне верят, что их манера общения - в пределах нормы, поэтому они не грубят. Часовое опоздание они опозданием не считают, потому что раз клиент их не дождался, возможно, его и час назад тоже не было, в этом они уверены. Если клиент отсутствует на месте или отказывается от покупки по причине некомплекта или брака, то они «забывают» потом сдать товар на склад. Продажи резко пошли вниз, компания занимает верхние строчки в чёрных списках тех, с кем не рекомендуется иметь дело по причине ненадёжности.

ВОПРОСЫ:

1 Что делать в подобном случае?

2 Можно ли как-то исправить ситуацию?

Задание 2.

РЕКЛАМНАЯ ПАУЗА

«Ситно» - управляющая компания, она руководит несколькими предприятиями, производящими продукты питания под единым брендом. Объединённые общим брендом предприятия выпускают несколько сотен видов продукции. На своих землях (более 120 га в Челябинской области) компания выращивает зерно, которое обрабатывается на собственных элеваторах, а затем на собственных же мощностях превращает его в муку и комбикорма. Из муки на хлебокомбинатах «Ситно» пекут хлеб и кондитерские изделия, комбикорма отправляются на собственные животноводческие фермы. «Ситно» выращивает герефордов (коров мясной породы), молочных коров, кур, что позволяет содержать своё колбасное производство. В общей сложности бренд «Ситно» объединяет пять крупных производителей (три хлебокомбината, комбинат хлебопродуктов, птицеводческая фабрика). Компания выпускает 12 наименований муки, 72 вида колбасных изделий, 30 видов полуфабрикатов, более 300 видов хлеба и кондитерских изделий.

В структуре предприятия предусмотрены возможности для сбыта собственной продукции. Часть её производители продают через фирменную торговую сеть в Магнитогорске, а также самостоятельно организуют поставки в другие регионы. Когда становится понятно, что в том или ином регионе товар пользуется спросом, принимается решение об открытии там торгового дома «Ситно». Компания уже открыла три ТД в Челябинске, Уфе, Москве. Как правило, торговые дома предлагают продукцию «Ситно» не только сетевым магазинам, но и небольшим продуктовым павильонам. В итоге продукция «Ситно» продаётся в полутора десятках областей страны.

Однако в объединении зреет конфликт: производители уверены, что торговые дома недостаточно эффективно реализуют их продукцию, а торговые дома парируют, что рост продаж без вложений в рекламу невозможен. Вкладываться же в рекламу часть производителей отказывается. Получается, что маркетологи управляющей компании оказались в роли судей: им необходимо разрешить конфликт и предложить стратегию, которая устроит обе стороны.

Исторически в «Ситно» сформировалась непростая схема взаимодействия между производителями и торговыми подразделениями. Каждое предприятие имеет свой собственный бюджет. И хотя все подразделения объединены единым брендом, фактически каждое из них- отдельное юридическое лицо. Эта ситуация сказывается и на схеме продаж продукции. Торговые дома работают с производителями по агентским договорам. Они ищут клиентов, ведут переговоры, оформляют необходимую документацию, делают заявку предприятию-производителю на поставку определённого количества продукции. При этом торговый дом выкупает у производителя товар по фиксированной цене, а цену, по которой продукция передаётся конечному продавцу, регулирует по своему усмотрению. За посреднические услуги ТД получает от 1 до 4% с реализации товара. Сопутствующие издержки - «входные билеты» в торговые сети, рекламные кампании- оплачиваются производителем. В большинстве случаев маркетинговые бюджеты компаний-производителей рассчитываются исходя из счетов, которые выставляет торговый дом. Например, он доводит до сведения производителя стоимость размещения товара на полке магазина. Исходя из этих данных производственники определяют, сколько полок они готовы оплатить. Так же высчитываются и другие параметры.

Но если с необходимостью оплачивать «входные бонусы» производители смирились, то в полезности рекламных кампаний уверены далеко не все. «Дело в том, что некоторые наши производители отказались выделять средства на рекламные кампании, пока товар в регионе не известен, - рассказывает корпоративный маркетолог «Ситно» Ольга Пушихина. - Они предложили подождать, пока их продукция станет популярной». С такой проблемой компания столкнулась, в мае открыв торговый дом в Уфе: до сих пор представителям торгового дома и заводам-производителям не удаётся договориться.

Конкуренция в тех сегментах рынка, где представлена продукция компании, неоднородна. Например, на рынке муки она невелика. Благодаря этому обстоятельству, как, впрочем, и качеству продукции, мука «Ситно» популярна у покупателей. При этом, как ни странно, производители муки (чья рентабельность ниже, чем, скажем, в колбасном производстве) не сомневаются в необходимости маркетинговых кампаний и с готовностью выделяют на них средства из собственного бюджета. Специально для башкирского рынка, где традиционно лояльно относятся к продукции местных производителей, один из мукомольных заводов «Ситно» запустил марку муки «Тантана». Перед запуском марки маркетологи завода-производителя провели маркетинговое исследование, были разработаны фирменный стиль и дизайн (логотип «Ситно» остался только на боковом шве упаковки). «Тантана» встала на полки рядом с мукой «Ситно». В итоге полочное пространство, которое занимает продукция этого производителя, увеличилось в несколько раз.

Чтобы убедить производителей в том, что без рекламы завоевать популярность не удастся, Ольга напоминает о примере челябинского торгового дома. Он был открыт в 2001 году, но активные продажи продукции «Ситно» там идут только два последних года. Резкий рост продаж по «странному» совпадению начался именно тогда, когда стартовала активная рекламная кампания: размещены билборды, прошла реклама в печатных городских СМИ. Также компания выступила спонсором нескольких программ о еде на местном телевидении. По окончании рекламной кампании объём продаж был в два раза больше, чем до её начала. Однако производители не усматривают здесь причинно-следственной связи. «Они говорят, что продажи пошли вверх потому, что за пять лет удалось заработать лояльность покупателей, и рекламная кампания не сыграла тут никакой роли», - рассказывает Ольга.

ВОПРОСЫ:

1 Как же всё-таки маркетологам управляющей компании убедить заводы- производители в необходимости тратиться на рекламные кампании?

2 Как объяснить предприятиям, что без рекламы, сопровождающей выход товара на новый рынок, продавать не получится?

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания

Процедура оценивания знаний, умений и навыков при проведении текущей аттестации в форме кейс-задачи определяется следующими методическими указаниями:

- выполнение кейс-задачи проводится во время проведения практических занятий;
- обучающийся должен представить развернутый вывод по итогам решения кейс-задачи.

По итогам решения проблемной ситуации (кейс-задачи), указываются замечания, требующие доработки. Затем осуществляется защита решения в режиме «Вопрос-Ответ».

Домашняя контрольная работа

по дисциплине «Организация и управление продажами на предприятиях АПК»

Текущий контроль в форме домашней контрольной работы предназначен для самостоятельного изучения обучающимися на заочной формы обучения отдельных вопросов теоретического материала и практических заданий.

Результаты текущего контроля в форме **домашней контрольной работы** оцениваются посредством интегральной (целостной) двухуровневой шкалы:
Шкала оценивания:

Критерии оценивания	Не зачтено	Зачтено
	Показатели оценивания	
1. Соответствие содержания работы методическим указаниям и рекомендациям по её выполнению	Содержание не соответствует предъявляемым требованиям, тема работы не относится к предмету дисциплины; в работе недостаточно используются нормативные акты, учебно-методическая и научная литература; присутствует множество заимствований из информационных источников	Содержание в целом отвечает требованиям, тема работы относится к предмету дисциплины; в полной мере используются нормативные акты, учебно-методическая и научная литература; работе присущи оригинальность и индивидуальный подход
2. Соответствие содержания теме работы и полнота её раскрытия	Содержание не соответствует теме работы, тема не раскрыта; обучающийся демонстрирует низкий уровень знаний, умений и навыков определять, формулировать проблемы и находить пути их решения	Содержание соответствует теме работы, тема раскрыта; обучающийся демонстрирует высокий уровень знаний, умений и навыков определять, формулировать проблемы и находить пути их решения
3. Последовательность и логика изложения материала в работе	Имеются значительные логические нарушения в изложении материала; выводы не соответствуют фактическому материалу, либо носят необоснованный характер; обучающийся проявляет низкий уровень знаний, умений и навыков ясно, чётко и грамотно излагать собственные размышления, делать умозаключения и выводы	Материал излагается последовательно и логично; в работе содержатся самостоятельные, обоснованные выводы, соответствующие фактическому материалу; обучающийся проявляет высокий уровень знаний, умений и навыков ясно, чётко и грамотно излагать собственные размышления, делать умозаключения и выводы
4. Качество расчётно-аналитической части работы	Неправильное применение методик, неверные и неполные расчёты и анализ показателей; наличие существенных замечаний по выполнению расчётов и проведению анализа	Правильное применение методик, достоверные и полные расчёты и анализ показателей; отсутствие существенных замечаний по выполнению расчётов и проведению анализа
5. Полнота знаний и правильность выполнения задания в работе	Полнота знаний и правильность выполнения задания менее 55%; обучающийся показывает низкий уровень знаний, умений и навыков выполнения задания	Полнота знаний и правильность выполнения задания более55%; обучающийся показывает высокий уровень знаний, умений и навыков выполнения задания
6. Оформление и информационное сопровождение работы	Не выдержаны структура и объём работы, качество её оформления в письменном виде не соответствует требованиям; имеются грубые стилистические, орфографические, пунктуационные и грамматические ошибки; отсутствует список литературы и ссылки в тексте на источники информации	Работа структурирована, её объём, качество оформления в письменном виде, язык, стиль и грамматический уровень отвечают требованиям; имеется список литературы и ссылки в тексте на источники информации; при чтении текста обучающийся лаконично излагает суть работы в отведённое время, используя иллюстративный материал

Типовые задания для домашней контрольной работы
для проведения текущего контроля знаний

1.Сбытовая политика сельскохозяйственных предприятий.
Государственное регулирование системы сбыта.
Сезонность в продажах продукции АПК.
2.Стратегия организации сбыта.
Организация сбыта готовой продукции на перерабатывающем предприятии.
Договор контрактации.
3. Выбор и анализ каналов сбыта.
Формирование и применение цен на сельскохозяйственную продукцию.
Сбытовая политика сельскохозяйственного предприятия.
4. Анализ и формирование ассортимента продукции.
Каналы реализации сельскохозяйственной продукции и продовольствия.
Должностная инструкция сотрудников отдела сбыта предприятий АПК.
5. Анализ ценовой политики предприятия.
Формирование и функционирование оптовых продовольственных рынков.
Особенности сбыта сельскохозяйственной продукции.
6. Выбор канала сбыта и оценка его эффективности.
Факторы изменения выпуска и реализации продукции.
Анализ конкурентоспособности продукции.
7. Формирование отдела продаж на перерабатывающих предприятиях.
Планирование каналов сбыта продукции.
Сезонность в продажах продукции перерабатывающих предприятий АПК.
8. Планирование каналов сбыта продукции АПК.
Формирование отдела продаж на перерабатывающих предприятиях.
Мотивация сотрудников отдела продаж предприятий АПК.
9. Требования, предъявляемые к сотрудникам сбытовых служб предприятий АПК.
Анализ конкурентоспособности продукции АПК.
Договор купли - продажи.
10. Комплексная оценка персонала отдела продаж предприятий АПК.
Организация транспортировки сельскохозяйственных грузов.
Сбытовая политика перерабатывающего предприятия.

Методические материалы, определяющие процедура оценивания

Требования к структуре, оформлению домашней контрольной работы, критерии ее оценки, процедура защиты размещены в учебно-методическом пособии.

Процедура оценивания знаний, умений и навыков при проведении текущей аттестации в форме домашней контрольной работы определяется следующими методическими указаниями:

- выполнение контрольной работы проводится в аудиториях, отведенных для самостоятельной работы обучающихся, либо в домашних условиях.
- выполнение домашней контрольной работы (ДКР) осуществляется в соответствии с вариантом, соответствующим последним цифрам номера зачётной книжки обучающегося.

В процессе выполнения ДКР оформляется отчет, включающий следующие разделы:

- Титульный лист;
- Оглавление;
- Введение;
- Задание 1;
- Задание 2;
- Задание 3;
- Заключение;
- Библиографический список

По результатам проверки домашней контрольной работы выставляется оценка согласно установлений шкале оценивания

Приложение 3

ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
Организация и управление продажами на предприятиях АПК

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Д122 Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, мультимедийное оборудование с экраном, 23 персональных компьютера, 2 принтера. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSiSWOT – Analysis, KonSiAnketter, IBMSPSSStatisticsBase, 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение
Учебная аудитория для занятий семинарского типа	Д122 Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, мультимедийное оборудование с экраном, 23 персональных компьютера, 2 принтера. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSiSWOT – Analysis, KonSiAnketter, IBMSPSSStatisticsBase, 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение Д232 Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, комплект переносного мультимедийного оборудования с экраном. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus и свободно распространяемое программное обеспечение
Помещение для самостоятельной работы	Б202 Рабочее место администратора, компьютерная мебель, компьютер администратора, 11 персональных компьютеров, 3 принтера, видеоувеличитель. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus и свободно распространяемое программное обеспечение С возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации
Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций.	Д122 Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, мультимедийное оборудование с экраном, 23 персональных компьютера, 2 принтера. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSiSWOT – Analysis, KonSiAnketter, IBMSPSSStatisticsBase, 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение
Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации.	Д122 Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, мультимедийное оборудование с экраном, 23 персональных компьютера, 2 принтера. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSiSWOT – Analysis, KonSiAnketter, IBMSPSSStatisticsBase, 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение

Приложение 4

Перечень периодических изданий, рекомендуемых по дисциплине «Организация и управление продажами на предприятиях АПК»

Наименование	Наличие доступа
АПК: экономика, управление [Текст]: ежемесячный теоретический и научно-практический журнал / Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Российская академия сельскохозяйственных наук, ВНИИ экономики сельского хозяйства (главный редактор И.Г. Ушачёв)	Читальный зал библиотеки ФГБОУ ВО Вятский ГАТУ
Управление персоналом [Электронный ресурс]: журнал / ООО «Журнал «Управление персоналом» (главный редактор А. Гончаров)	Режим доступа: http://www.top-personal.ru/
Организатор производства [Электронный ресурс]: журн. / Международная общественная организация «Академия науки и практики организации производства»	Научная электронная библиотека Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp
Успехи современной науки [Электронный ресурс]: журн./ Клюев Сергей Васильевич	Научная электронная библиотека Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp
Успехи современной науки и образования [Электронный ресурс]: журн./ Клюев Сергей Васильевич	Научная электронная библиотека Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp