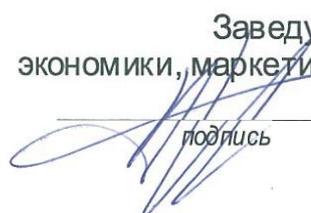


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
экономики, маркетинга и коммерции
Канапухин П.А.


подпись

21.03.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.15 Сбытовая политика

- 1. Шифр и наименование направления подготовки:** 38.03.02 Менеджмент
- 2. Профиль подготовки:** Менеджмент, маркетинг и логистика
- 3. Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр
- 4. Форма образования:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** кафедра экономики, маркетинга и коммерции экономического факультета
- 6. Составители программы:** Вандышева Ольга Петровна, к.э.н, доцент
- 7. Рекомендована:** НМС экономического факультета ВГУ от 21.03.2024 г., протокол № 3.
- 8. Учебный год:** 2026/2027 **Семестр(-ы):** 6

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель изучения учебной дисциплины – формирование теоретических знаний и практических навыков в области сбытовой политики предприятия и эффективности мероприятий, связанных с реализацией товаров, формирование комплексного представления о принципах организации и управления сбытовой деятельностью хозяйствующих субъектов, формирование практических профессиональных навыков принятия управленческих решений в сфере организации системы сбыта хозяйствующих субъектов, а также использования методов управления каналами сбыта.

Основными **задачами** учебной дисциплины являются:

- изучить основы сбытовой политики предприятия;
- усвоить основные методы сбора и анализа информации о сбытовой деятельности хозяйствующих субъектов;
- изучить специфику и отличительные особенности каналов сбыта;
- изучить требования к марке товаров, виды и типы упаковки;
- выявить основные тенденции современной сбытовой политики хозяйствующих субъектов;
- сформировать знания и закрепить навыки использования основных форм и методов управления каналами сбыта;
- закрепить навыки использования современных технологий продаж;
- выработать у обучающихся способность к максимально оперативной и адекватной реакции на непрерывные изменения текущей экономической ситуации.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП - Вариативная часть.

Учебный курс Сбытовая политика - относится к дисциплинам по выбору вариативной части цикла Б1 Дисциплины программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент» профиль Маркетинг и является неотъемлемой составляющей профессиональной подготовки специалистов-маркетологов.

Преподавание дисциплины Сбытовая политика рассчитано на достаточно высокий уровень предшествующих знаний студентов по курсам Менеджмент, Маркетинг, Методы принятия управленческих решений, Маркетинговые исследования, Стратегический менеджмент, Товарная политика, и дает представление о функционировании хозяйствующих субъектов в современной маркетинговой среде.

Полученные в ходе изучения дисциплины знания создадут предпосылки для более глубокого освоения важнейших разделов таких курсов, как, Управление маркетингом, Маркетинговые коммуникации, Промышленный маркетинг, Маркетинг услуг, а также дальнейшего расширения теоретического арсенала молодого специалиста.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Потребительские свойства продовольственных и непродовольственных товаров, классификация и кодирование товаров, ассортимент товаров, оценка качества товаров, стандартизация, метрология и сертификация товаров.

Формы текущей аттестации: доклады, контрольная работа.

Форма промежуточной аттестации: экзамен, курсовая работа.

Коды формируемых (сформированных) компетенций:

профессиональные (ПК): ПК-1, ПК-4.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Код	Название компетенции	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-1	Способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.	Обучающийся понимает базовые принципы функционирования предприятий и отраслей, на основании которых разрабатывается сбытовая политика.	Знать: теоретические основы сбытовой политики, направления развития сбытовой политики на предприятиях оптовой и розничной торговли; уметь: использовать знания сбытовой политики в сфере управления предприятием; владеть (иметь навык(и)): навыками изучения базовых понятий сбытовой политики.
ПК-4	Способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты.	Обучающийся использует необходимые базы данных для построения моделей сбытовой политики хозяйствующих субъектов.	Знать: теоретические основы сбытовой политики, направления развития сбытовой политики на предприятиях оптовой и розничной торговли; уметь: рассчитывать показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы; владеть (иметь навык(и)): навыками анализа и оценки информации, необходимой для реализации сбытовой политики.

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/часах в соответствии с учебным планом — 2/72.

13. Виды учебной работы:

Вид учебной работы	Трудоемкость (часы)				
	Всего	В том числе в интерактивной форме	По семестрам		
			6 сем.	№ сем.
Аудиторные занятия	52		52		
в том числе:					
лекции	26		26		
практические	26		26		
лабораторные	-		-		
Самостоятельная работа	20		20		
Итого:	72		72		
Форма промежуточной аттестации	экзамен		экзамен		

13.1. Содержание разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
		1. Лекции

1	Теоретические основы сбытовой политики предприятия	Сущность, цели, задачи и принципы сбытовой политики. Объекты и субъекты сбытовой политики. Требования к организации сбытовой политики Потребительская, маркетинговая, коммерческая, правовая, финансовая функции сбытовой политики. Методы сбытовой политики: анализ, сравнение, синтез, прогнозирование, планирование, систематизация, регистрационный, мониторинг.
2	Каналы сбыта на предприятиях	Сущность и основные характеристики каналов сбыта. Структура каналов сбыта. Типы посредников. Типы сбытовых стратегий в канале сбыта. Комплексное управление каналами сбыта. Конфликты в каналах сбыта и способы их урегулирования. Типы организации служб сбыта на предприятии. Организация взаимодействия службы сбыта со структурными подразделениями предприятия.
3	Качество как элемент сбытовой политики	Качество товара: сущность, методы определения. Факторы, влияющие на качество. Идентификация и фальсификация товаров. Управление качеством товаров. Комплексные показатели качества: градация, класс, сорт. Стандартные и нестандартные товары. Сортамент товаров. Пересортица. Выявление дефектов. Классификация дефектов. Брак.
4	Организация складирования и хранения товаров в системе сбыта	Задачи складского планирования. Виды складских помещений и их планировка. Основные зоны на общетоварных складах. Определение потребности в складской площади. Показатели интенсивности работы складов.
5	Роль посредников в системе сбыта предприятия	Виды посредников. Специфика деятельности оптовых посредников. Специфика деятельности розничных посредников.
6	Стимулирование сбыта	Сущность и значение стимулирования сбыта. Определение форм и методов стимулирования сбыта и необходимых для этого затрат. Особенности стимулирования потребителя. Особенности стимулирования собственного персонала предприятия. Особенности стимулирования торговых посредников. Оценка эффективности сбытовой деятельности хозяйствующего субъекта. Методики оценки эффективности использования мероприятий по стимулированию сбыта.
7	Ценообразование как элемент сбытовой политики предприятия	Роль ценообразования при реализации сбытовой политики. Этапы ценообразования. Ценовая стратегия и тактика торговых предприятий.
8	Финансовое обеспечение и финансовый контроль сбыта.	Формы финансовых расчетов и виды платежей. Финансовый контроль сбытовой деятельности предприятий. Издержки сбыта.
9.	Оценка соответствия товаров в системе сбыта.	Стандартизация товаров: сущность, принципы, уровни. Нормативная документация. Технические регламенты. Формы подтверждения соответствия товаров. Документальное подтверждение соответствия.
2. Практические занятия		
1	Теоретические основы сбытовой политики предприятия	Сущность, цели, задачи и принципы сбытовой политики. Объекты и субъекты сбытовой политики. Требования к организации сбытовой политики Потребительская, маркетинговая, коммерческая, правовая, финансовая функции сбытовой политики. Методы сбытовой политики: анализ, сравнение, синтез, прогнозирование, планирование, систематизация, регистрационный, мониторинг.
2	Каналы сбыта на предприятиях	Сущность и основные характеристики каналов сбыта. Структура каналов сбыта. Типы посредников. Типы сбытовых стратегий в канале сбыта. Комплексное управление каналами сбыта. Конфликты в каналах сбыта и способы их урегулирования. Типы организации служб сбыта на

		предприятию. Организация взаимодействия службы сбыта со структурными подразделениями предприятия.
3	Качество как элемент сбытовой политики	Качество товара: сущность, методы определения. Факторы, влияющие на качество. Идентификация и фальсификация товаров. Управление качеством товаров. Комплексные показатели качества: градация, класс, сорт. Стандартные и нестандартные товары. Сортамент товаров. Пересортица. Выявление дефектов. Классификация дефектов. Брак.
4	Организация складирования и хранения товаров в системе сбыта	Задачи складского планирования. Виды складских помещений и их планировка. Основные зоны на общетоварных складах. Определение потребности в складской площади. Показатели интенсивности работы складов.
5	Роль посредников в системе сбыта предприятия	Виды посредников. Специфика деятельности оптовых посредников. Специфика деятельности розничных посредников.
6	Стимулирование сбыта	Сущность и значение стимулирования сбыта. Определение форм и методов стимулирования сбыта и необходимых для этого затрат. Особенности стимулирования потребителя. Особенности стимулирования собственного персонала предприятия. Особенности стимулирования торговых посредников. Оценка эффективности сбытовой деятельности хозяйствующего субъекта. Методики оценки эффективности использования мероприятий по стимулированию сбыта.
7	Ценообразование как элемент сбытовой политики предприятия	Роль ценообразования при реализации сбытовой политики. Этапы ценообразования. Ценовая стратегия и тактика торговых предприятий.
8	Финансовое обеспечение и финансовый контроль сбыта.	Формы финансовых расчетов и виды платежей. Финансовый контроль сбытовой деятельности предприятий. Издержки сбыта.
9.	Оценка соответствия товаров в системе сбыта.	Стандартизация товаров: сущность, принципы, уровни. Нормативная документация. Технические регламенты. Формы подтверждения соответствия товаров. Документальное подтверждение соответствия.

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)			
		Лекции	Семинары / пр. занятия	Самостоятельная работа	Всего
1.	Теоретические основы сбытовой политики предприятия	2	2	2	6
2.	Каналы сбыта на предприятиях	4	4	4	12
3.	Качество как элемент сбытовой политики	2	2	2	6
4.	Организация складирования и хранения товаров в системе сбыта	2	2	2	6
5.	Роль посредников в системе сбыта предприятия	4	4	2	10
6.	Стимулирование сбыта	4	4	2	10
7.	Ценообразование как элемент сбытовой политики предприятия	2	2	2	6
8.	Финансовое обеспечение и финансовый контроль сбыта.	2	2	2	6
9.	Оценка соответствия товаров в системе сбыта.	4	4	2	10
	Итого:	26	26	20	72

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины предполагает не только обязательное посещение обучающимися аудиторных занятий (лекций, семинарских и практических занятий) и активную работу на них, но и самостоятельную учебную деятельность в течение семестра.

Самостоятельная учебная деятельность обучающихся предполагает изучение и конспектирование рекомендуемой преподавателем литературы по вопросам семинарских и практических занятий (приведены выше), а также самостоятельное освоение понятийного аппарата по каждой теме и подготовку к текущим аттестациям (тестированию) (примеры см. ниже).

Вопросы семинарских и практических занятий обсуждаются на занятиях в виде устного опроса – индивидуального и фронтального, а также посредством обсуждения тематических сообщений студентов и итогов выполнения практических заданий. При подготовке к семинарским и практическим занятиям, обучающимся важно помнить, что их задача, отвечая на основные вопросы плана занятия и дополнительные вопросы преподавателя, показать свои знания и кругозор, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки, умение отстаивать свою профессиональную позицию. В ходе устного опроса выявляются детали, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными обучающимися в ходе учебных занятий. Тем самым опрос выполняет важнейшие обучающую, развивающую и корректирующую функции, позволяет обучающимся учесть недоработки и избежать их при подготовке к промежуточной аттестации.

Конспектирование рекомендуемых преподавателем литературных источников предназначено для более глубокого и осмысленного усвоения обучающимися теоретического материала. Одна из главных задач обучающегося – научиться отбирать из текста главные мысли и положения. Конспект не должен сводиться ни к сплошному переписыванию рекомендованного источника, ни к его тезисному изложению, напоминающему план. Конспектированию подлежат статьи из научных журналов и сборников статей, главы (параграфы) учебников, учебных пособий, монографий.

При подготовке конспекта обязательно указывается автор книги (статьи), место и год издания, страницы, на которых расположен конспектируемый текст в источнике. Поощряются сопровождающие конспект комментарии обучающегося, представление основных идей в форме схем или таблиц.

Все выполняемые обучающимися самостоятельно задания (конспекты литературных источников, выполнение тестов) подлежат последующей проверке преподавателем.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Вандышева О.П. Организация товароведения на предприятиях оптовой торговли / О.П. Вандышева. – учеб.-метод. пособие для вузов. – Воронеж : ВГУ, 2018. – 16 с.
2	Захарова Ю. А. Методы стимулирования сбыта / Ю.А. Захарова. - М. : Дашков и Ко, 2021. - 120 с. https://nashol.me/20211018137550/metodi-stimulirovaniya-sbita-zaharova-u-a-2021.html

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3	Бреусова Е.А. Сбытовая политика в деятельности современной организации / Е.А. Бреусова, Е.В. Смирнова // Научно-методический журнал «Концепт». – 2018. – Т. 17. – С. 203-206. https://e-koncept.ru/2016/46200.htm

4	Васянина В.И. Формирование стратегии управления запасами предприятия торговли / В.И. Васянина // Вестник ВГУ, 2021.- № 2. - С.112-119. https://journals.vsu.ru/econ/article/view/3456/3504
5	Вислобоков Н.Ю. Диверсификация рынков сбыта товаров и услуг современной организации путем развития электронных каналов продаж / Н.Ю. Вислобоков // Современные научные исследования и инновации. 2020. № 12 [Электронный ресурс]. URL: https://web.snauka.ru/issues/2020/12/94140
6	Голубин, Е. Дистрибуция. Формирование и оптимизация каналов сбыта / Е.Голубин. - М.: Вершина, 2015. - 135 с.
7	Гончарова Е.В. Способы продвижения продукции промышленных предприятий в условиях реализации стратегии импортозамещения / Е.В. Гончарова, Г.И. Баханова // Научно-методический журнал «Концепт». – 2018. – Т. 11. – С. 3326-3330. https://e-koncept.ru/2016/86702.htm
8	Гугелев А.В. Анализ конкурентоспособности игроков розничного рынка спортивных товаров в России и США / А.В. Гугелев, С.В. Чистякова, О.С. Щукин // Вестник ВГУ, 2019. - №.4. – С. 128-132. https://journals.vsu.ru/econ/article/view/2492/2505
9	Коробейникова Л.С. Анализ равномерности заключения договоров на закупку товаров, работ, услуг у единственного поставщика бюджетной организации / Л.С. Коробейникова // Вестник ВГУ, 2020. - №.2. – С. 55-65. https://journals.vsu.ru/econ/article/view/2901/2956
10	Масленников Т.Д. Совершенствование / Т.Д. Масленников, А.И. Латшева // Экономика и социум, 2020. - № 7(74). – С.285-289. https://readera.org/sovershenstvovanie-kanalov-realizacii-produkcii-dlja-povysheniya-jekonomicheskikh-140252784
11	Петрова Ю. А. Золотые правила успешного сбыта / Ю.А. Петрова, Е.Б. Спиридонова, А.С. Новикова. - М.: Феникс, 2014. - 160 с. https://thelibrary.ru/books/elena_borisovna_spiridonova/zolotyie_pravila_ushpeshnogo_sbyta-read.html
12	Руз, Джен Гаечки и болтики MLM. Как построить бизнес в сетевом маркетинге. - М. : Киев : Колибри, 2019. - 362 с. https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1634596872&tld=ru&lang=ru&name=gaechki_boltiki_v_ml_m_dgen_rue.pdf&text=%D0%A0%D1%83%D1%8D%2C%20%D0%94%D0%B6%D0%B5%D0%BD%20%D0%93%D0%B0%D0%B5%D1%87%D0%BA%D0%B8%20%D0%B8%20%D0%B1%D0%BE%D0%BB%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8%20MLM.%20%D0%9A%D0%B0%D0%BA%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%B8%D1%82%D1%8C%20%D0%B1%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%20%D0%B2%20%D1%81%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%BC%20%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%B5.%20-%20%D0%9C.%20%3A%20%D0%9A%D0%B8%D0%B5%D0%B2%20%3A%20%D0%9A%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D0%B1%D1%80%D0%B8%2C%202016.%20-%20362%20c.&url=https%3A%2F%2Fwww.lr.biz.ua%2Fbooks%2Fgaechki_boltiki_v_mlm_dgen_rue.pdf&lr=193&mime=pdf&l10n=ru&sign=40cc5651353dcd3e5c534970390b7623&keyno=0&nosw=1
13	Тятых М.В. Стратегии продвижения продукции на примере компании apple / М.В. Тятых // Экономика и социум, 2020. - № 7(74). – С.429-434. https://readera.org/strategii-prodvizheniya-produkcii-na-primere-kompanii-apple-140252813

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Источник
14	ЭБС Университетская библиотека. – URL: http://biblioclub.ru
15	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – URL: http://www.lib.vsu.ru .

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
16.	Организация товароведения на предприятиях розничной торговли : учеб.-метод. пособие для вузов / О.П.Вандышева. – Воронеж : ВГУ, 2015. – 16 с.

17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

Применяются дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного материала, материала семинарских, практических занятий, текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам.

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; MathWorks Total Academic Headcount – 25; СПС «ГАРАНТ-Образование».

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb), экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell.

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 42). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.);

ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb)(10 шт.); экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean.

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1	Каналы сбыта на предприятиях Качество как элемент сбытовой политики Организация складирования и хранения товаров в системе сбыта Роль посредников в системе сбыта предприятия	ПК-1	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Контрольная работа № 1
2	Стимулирование сбыта Стимулирование сбыта Ценообразование как элемент сбытовой политики предприятия Финансовое обеспечение и финансовый контроль сбыта Оценка соответствия товаров в системе сбыта	ПК-4	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Контрольная работа № 2
Промежуточная аттестация форма контроля - экзамен				Перечень вопросов к экзамену

20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: контрольной работы № 1, контрольной работы № 2.

Пример варианта контрольной работы № 1

1. Реализация товаров по договору поставки на предприятиях оптовой торговли отражается в учете на основании:
 - а) документов на отгрузку товара;
 - б) выписок банка по расчетному счету;
 - в) отчетов кассира;
 - г) товарного отчета.
2. Товары в транспортной таре, доставляемые на оптовое предприятие в контейнерах, принимаются по количеству мест или массе брутто
 - а) в момент вскрытия контейнера;
 - б) в момент доставки контейнера;
 - в) не позже 24 часов с момента получения контейнера.
3. Представитель иногороднего поставщика должен явиться к покупателю для составления акта на недоброкачественную продукцию не позднее:
 - а) 3 дней

- б) 10 дней
 - в) 5 дней
 - г) 3 дней, не считая времени на дорогу
4. Сократить потребность в подъемно-транспортном оборудовании на складах можно за счет повышения значений показателей:
- а) коэффициента неравномерности грузооборота;
 - б) количества смен работы машины в сутки;
 - в) годового объема грузооборота;
 - г) эксплуатационной производительности машины;
 - д) количества рабочих дней машины в году.
5. Важнейшим принципом организации складского технологического процесса является:
- а) сокращение длительности выполнения отдельных операций;
 - б) уменьшение затрат на перемещение грузов;
 - в) создание удобной укладки и размещения товаров;
 - г) планомерность и ритмичность.
6. По функциональному признаку тару подразделяют на:
- а) транспортную;
 - б) потребительскую;
 - в) универсальную;
 - г) специализированную.
7. Важнейшим принципом организации складского технологического процесса является:
- а) сокращение длительности выполнения отдельных операций;
 - б) уменьшение затрат на перемещение грузов;
 - в) создание удобной укладки и размещения товаров;
 - г) эффективное использование средств труда.
8. Эксплуатационные расходы на складе, связанные с переработкой грузов, при себестоимости переработки 1 тонны груза в 500 руб. и годовом грузообороте в 2 тыс. тонн равны (млн. руб):
- а) 1;
 - б) 2,5;
 - в) 1,5.
9. Уровень механизации складских работ при общем объеме работ на складе, равном 600 т, и объеме механизированных работ, равном 200 т, составляет:
- а) 35%;
 - б) 33% ;
 - в) 30% ;
 - г) 37% .
10. Компания Qriflame Cosmetics продает косметику под маркой Qriflame непосредственно потребителям. Какой тип маркетингового канала использует компания:
- а) прямой канал;
 - б) косвенный канал;

11. Какая стратегия распределения отражает ситуацию, когда реализацией продукции фирмы на конкретной территории занимается только одна компания розничной торговли:
- а) интенсивное распределение;
 - б) выборочное распределение;
 - в) эксклюзивное распределение;
 - г) все вышеперечисленное.
12. Проанализируйте следующие утверждения и выберите правильный ответ:
- 1- чем длиннее канал распределения, тем легче его контролировать производителю;
 - 2- традиционный канал — это организационная форма, состоящая из независимых друг от друга производителей и посредников.
13. Уровень канала распределения определяется:
- а) любым посредником, который выполняет ту или иную работу по приближению товара, передаче права собственности на него, конечному потребителю;
 - б) наличием производителя, посредников и потребителей;
 - в) количеством занятых в канале посредников;
14. Что представляют собой «обратные» каналы распределения:
- а) в движении товара от производителя к потребителю задействован только розничный торговец;
 - б) в движении товара от производителя к потребителю задействован розничный торговец и оптовик;
 - в) производитель торгует своим товаром без посредников; г) каналы, предназначенные для переработки вторичного сырья?
15. Существует три стратегии распределения:
- а) интенсивное, выборочное, эксклюзивное;
 - б) экстенсивное, прямое, выборочное;
 - в) экстенсивное, «проталкивающее» и «протягивающее»;
 - г) вертикальная система, эксклюзивное, интенсивное.
16. Канал распределения товаров представляют собой:
- а) путь, по которому движутся товары от производителя к потребителю;
 - б) такое перемещение товара от производителя к потребителю, при котором существенно сокращаются время и путь доставки;
 - в) организации, реализующие товары потребителям через различные оптово-посреднические организации и розничную сеть.
17. Уровень канала распределения определяется:
- а) любым посредником, который выполняет ту или иную работу по приближению товара, передаче права собственности на него, конечному потребителю;
 - б) наличием производителя, посредников и потребителей;
 - в) количеством занятых в канале посредников.
18. Универсам является:
- а) сравнительно крупным торговым предприятием самообслуживания;
 - б) торговым предприятием с низким уровнем издержек;
 - в) сравнительно крупным предприятием самообслуживания с низким

уровнем издержек, невысокой степенью удельной доходности и большим объёмом продаж, рассчитанным на полное удовлетворение нужд потребителей в продуктах питания, стирально-моющих средствах.

19. Вертикальная система сбыта — это:

- а) система, состоящая из производителя, оптовика и розничных торговцев;
- б) производитель, розничный торговец и потребитель;
- в) система, в которой один из ее членов является владельцем всех ее каналов или определяет их тесное сотрудничество.

20. Посредник, который работает на долговременной основе и не берёт на себя право собственности на товар, выполняет ограниченное число функций:

- а) брокер;
- б) агент;
- в) дилер;
- г) дистрибьютор.

Пример варианта контрольной работы № 2

Тестовые задания:

1. Стимулирование сбыта применяется:

- а) для краткосрочного увеличения объема сбыта;
- б) для привлечения новых покупателей;
- в) для положительной репутации торговой точки;
- г) для стабильного крупного объема сбыта.

2. Назовите принцип сбытовой политики, определяемый пригодностью одного товара, процесса или услуги для использования вместо другого товара, процесса или услуги, в целях выполнения одних и тех же требований:

- а) эффективность;
- б) интегрированность;
- в) взаимозаменяемость;
- г) совместимость.

3. Наиболее часто применяемый метод стимулирования потребителей:

- а) возвращение части цены;
- б) продажа по сниженным ценам;
- в) купоны;
- г) премии, подарки.

4. Для производителя форма стимулирования с помощью дополнительного количества товара состоит в:

- а) бесплатном предложении товара;
- б) предложении дополнительных услуг по доставке, упаковке и оформлению товара;
- в) модификации традиционной упаковки;
- г) равноценной замене некачественного товара.

5. Стимулирование торгового персонала (возможно несколько вариантов ответов):

- а) необходимо проводить как можно чаще для поддержания благоприятного климата в коллективе;
- б) проводится в исключительных случаях;

- в) проводится периодически в целях контроля за действиями и работой персонала;
- г) проводится редко для мобилизации сил торгового персонала на краткосрочный период.

Задачи:

Задача 1.

На предприятии производится бензин автомобильный с октановым числом "76". Себестоимость 1 тонны бензина – 2500 рублей. Расчетная прибыль предприятия на 1 тонну бензина – 750 рублей. Ставка акциза – 455 рублей за 1 тонну. Оптовая организация по договоренности установила оптово-сбытовую надбавку в размере 18%. Ставка НДС – 20%. Рассчитайте оптовую рыночную цену за 1 тонну бензина.

Задача 2. В магазин поступила партия акациевого меда в количестве 50 ящиков по 20 баночек меда в каждом, масса одной баночки меда 300 г. Была отобрана средняя проба и направлена в испытательную лабораторию для получения сертификата соответствия.

В протоколе исследования указано: вкус сладкий; аромат приятный; массовая доля сахарозы 17 %; воды - 20 %; диастазное число 11 ед. Готе, оксиметилфурфурола 13 мг.

Вопросы:

Рассчитайте объем выборки (в единицах потребительской тары). Какое заключение о качестве должна дать лаборатория? Можно ли получить по данным результатам сертификат соответствия?

Качественная характеристика партии

Наименование показателей качества	Действительные показатели качества	Базовые значения показателей качества по ГОСТ 19792 - 2001 «Мед натуральный. Технические условия»	Заключение о качестве
Вкус			
Аромат			
Массовая доля воды, %, не более			
Массовая доля сахарозы*, %, не более			
Диастазное число*, единиц Готе, не менее			
Содержание оксиметилфурфурола в 1 кг меда, мг, не более			

* К безводному веществу меда.

Задача 3. 19.10.2019 г. в детский магазин «Башмачок» поступила партия детской обуви фабрики «Котофей». Через 5 дней после приобретения пары малодетских полуботинок из этой партии к администрации магазина обратился покупатель с просьбой оформить возврат покупки и выплатить ее стоимость.

Одной из причин возврата обуви покупатель указал неудобность обуви при ходьбе.

В результате проведенного осмотра и первоначальной экспертизы товаровед магазина дал следующее заключение:

- Высота обуви между полупарами - 4,43 мм..
- Отклонение от оси симметрии – 5 мм.
- Деформация ранта – 20, 5 мм.
- Отмечена разная ширина союзки в паре обуви - 3,2 мм.

Вопросы:

- 1) Является претензия покупателя правомерной?
- 2) Каковы действия администрации магазина?
- 3) Какие методы оценки используют при определении качества обуви?

Дефекты	Действительные показатели	Базовые значения показателей ГОСТ 26165-2003 Обувь детская. Общие технические условия	Заключение о допустимости дефекта

Задача 4. Определить свободную розничную цену холодильника, который поступает непосредственно в торговую сеть, при следующих данных: 1) себестоимость холодильника — 8000 руб.; 2) уровень рентабельности—25%; 3) налог на добавленную стоимость торговой организации (НДС)-16,67%; 4) торговая наценка (надбавка) к оптовой (отпускной) цене — 30%.

Описание технологии проведения

Обучающиеся выполняют выданные задания контрольной работы по вариантам в течение 45 минут.

Требования к выполнению заданий (или шкалы и критерии оценивания)

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценок
Продемонстрировано знание понятийного аппарата, 95-100% правильных ответов на тестовые вопросы, правильно решена задача, дан верный развернутый ответ, вопросы раскрыты полностью.	Отлично
Продемонстрировано знание понятийного аппарата (75-100%), 80-94% правильных ответов на тестовые вопросы, правильно решена задача, дан верный развернутый ответ.	Хорошо
Продемонстрировано знание понятийного аппарата (50-74%), 50-89% правильных ответов на тестовые вопросы, правильно решена задача.	Удовлетворительно
Не продемонстрировано знание понятийного аппарата, дано менее 50% правильных ответов, правильно решены задачи.	Неудовлетворительно

Предусматривается возможность выставления оценки по текущей аттестации как средний балл результатов работы на семинарских занятиях.

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: перечень вопросов к экзамену.

Перечень вопросов к экзамену:

1. Сбытовая политика: цели, задачи, объекты, субъекты. Функции и методы сбытовой политики.

2. Предприятие как субъект проведения сбытовой политики.
3. Качество товаров как элемент сбытовой политики. Комплексные показатели качества: градация, класс, сорт. Стандартные и нестандартные товары. Сортамент товаров. Пересортица. Выявление дефектов. Классификация дефектов. Брак.
4. Условия сохранения качества товаров. Режимы хранения. Правила товарного хранения. Товарная обработка. Товарные потери. Идентификация и фальсификация товаров.
5. Оценка соответствия товаров в системе сбыта
6. Факторы, обуславливающие сохранение качества товаров во время сбыта: упаковка, хранение, товарная обработка. Классификация тары и упаковки. Требования к таре и упаковке.
7. Система сбыта товаров. Особенности традиционной, вертикальной, горизонтальной, многоканальной, комбинированной систем сбыта.
8. Этапы формирования сбытовой стратегии предприятия.
9. Сущность стратегии и тактики сбыта. Этапы формирования сбытовой стратегии предприятия. Особенности применения интенсивной, селективной, франшизной, пассивной, наступательной стратегий сбыта. Основные тактические приемы в сбытовой политике.
10. Стратегии сбыта: стратегия «вталкивания», стратегия «втягивания». Основные приемы реализации креативного подхода в сбытовой политике предприятия.
11. Службы сбыта: по территориальному признаку, функциональная служба сбыта, смешанная служба сбыта. Структурные связи службы сбыта с подразделениями предприятия.
12. Определение форм и методов стимулирования сбыта и необходимых для этого затрат. Особенности стимулирования потребителя.
13. Определение форм и методов стимулирования сбыта и необходимых для этого затрат. Особенности стимулирования персонала предприятия.
14. Определение форм и методов стимулирования сбыта и необходимых для этого затрат. Особенности стимулирования торговых посредников
15. Каналы сбыта и обоснование их выбора. Функции и роль каналов распределения в сбытовой политике предприятия. Управление каналами сбыта товаров.
16. Складское хозяйство как элемент сбытовой политики. Основные зоны на общетоварных складах. Определение потребности в складской площади.
17. Роль ценообразования при реализации сбытовой политики. Этапы ценообразования. Ценовая стратегия и тактика торговых предприятий.
18. Складское хозяйство как элемент сбытовой политики. Виды складских помещений и их планировка.
19. Складское хозяйство как элемент сбытовой политики. Организация складирования и показатели интенсивности работы складов.
20. Виды торговых посредников. Специфика деятельности оптовых торговых посредников.
21. Методы сбыта. Характерные особенности прямого и косвенного методов сбыта. Типы посредников и их функции. Критерии выбора торгового посредника.
22. Формы финансовых расчетов и виды платежей в системе сбыта
23. Финансовый контроль сбытовой деятельности предприятий.
24. Оценка эффективности сбытовой деятельности хозяйствующего субъекта. Методики оценки эффективности использования мероприятий по стимулированию сбыта.

Пример контрольно-измерительного материала

:

Заведующий кафедрой экономики,
маркетинга и коммерции
_____ Канапухин П.А.
___. __. 20__ г.

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Дисциплина: Б1.В.15 Сбытовая политика

Курс: 3

Форма обучения: очная

Вид аттестации: промежуточная

Вид контроля: экзамен

Контрольно-измерительный материал №1

1. Сбытовая политика: цели, задачи, объекты, субъекты. Функции и методы сбытовой политики.
2. Определение форм и методов стимулирования сбыта и необходимых для этого затрат. Особенности стимулирования персонала предприятия.

Преподаватель _____ Вандышева О.П..

Описание технологии проведения

Обучающемуся выдаётся КИМ, содержащий два теоретических вопроса. Обучающийся в течение 45 минут излагает свой ответ на бланках документов для проведения аттестации, затем устно раскрывает вопросы и отвечает на дополнительные вопросы преподавателя.

Требования к выполнению заданий, шкалы и критерии оценивания

Для оценивания результатов обучения на экзамене используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценивания	Шкала оценок
Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом данной области науки, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, умеет связывать теорию с практикой, применять теоретические знания для решения практических заданий.	<i>Отлично</i>
Обучающийся в основном владеет понятийным аппаратом данной области науки, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, умеет связывать теорию с практикой. Недостаточно продемонстрировано владение понятийным аппаратом, допускает ошибки при решении практических заданий.	<i>Хорошо</i>
Обучающийся демонстрирует частичные знания понятийного аппарата, имеет не полное представление об организационных коммуникациях, не всегда способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, не всегда умеет связывать теорию с практикой, допускает существенные ошибки при решении практических заданий.	<i>Удовлетворительно</i>
Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки, не способен решать практические задания.	<i>Неудовлетворительно</i>

Предусматривается возможность выставления оценки по промежуточной аттестации как средний балл результатов работы на семинарских занятиях и текущей аттестации.