

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

УТВЕРЖДАЮ:

Первый проректор - проректор по учебной
работе и дистанционному обучению



В.В. Закурдаева

«1» сентября 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.01 «Методы стимулирования продаж»
(ОФО, ЗФО)

Направление подготовки
38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО
Профиль «Коммерция»

Курск 2019

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.11.2015 № 1334.

Разработчики:

доцент, к.экон.н., доцент
кафедры экономики

Демченко А.А.



(занимаемая должность)


(ФИО)

(подпись)

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры экономики
Протокол № 1 от «30» августа 2019 г.

Заведующий кафедрой: к.экон.н., профессор МЭБИК Окороков В.М.

(ученая степень, звание, Ф.И.О.)



(подпись)

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины Овладение знаниями и умениями в области прогнозирования спроса и его формирования на базе новейших научно-технических достижений с использованием результатов фундаментальных научных разработок, изобретений и открытий.

Задачи:

- изучение сущности, содержания, инструментария и методов стимулирования продаж в коммерческой деятельности предприятия;
- рассмотрения методов стимулирования продаж предприятия, используемых им для повышения эффективности деятельности;
- применение методов стимулирования продаж на основе анализа, методов моделирования и применения нормативной документации с учетом соблюдения действующего законодательства и требований нормативных документов;
- формирование знаний о стимулировании продаж с целью применения их на практике.

2. Место дисциплины в структуре программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Методы стимулирования продаж» входит в блок Б1 «Вариативная часть» учебного плана. Дисциплина «Методы стимулирования продаж» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь с дисциплинами основной образовательной программы. Данная дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении предшествующих дисциплин: «Маркетинг», «Мерчендайзинг», «Управление товарным ассортиментом».

Знания, компетенции, приобретенные при освоении дисциплины «Методы стимулирования продаж» будут использованы при изучении специальных дисциплин: «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации».

3. Требования к планируемым результатам освоения дисциплины:

3.1 Обучающийся должен:

Знать: конъюнктуру товарного рынка и основы прогнозирования спроса потребителей; методы прогнозирования спроса потребителей; основные методы стимулирования продаж.

Уметь: выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров; проводить анализ конъюнктуры товарного рынка.

Владеть: методами анализа маркетинговой информации; методами и технологией стимулирования продаж.

3.2 В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

Профессиональную компетенцию ПК3 - готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

3.3. Компетенции и индикаторы (показатели) их достижения

ПК - Профессиональные компетенции

Код	Наименование компетенции	наименование показателя достижения компетенции
ПК-3	готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	анализирует маркетинговую информацию и применяет полученные результаты на практике и разрабатывает алгоритм реализации рекламной кампании, направленной на потребителей товаров

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Форма обучения Очная

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр(ы)
		7
Контактная работа (всего)	48.4	48.4
В том числе:		
Лекционные занятия	16	16
Практические занятия	32	32
Контактная работа на аттестации	0.4	0.4
Самостоятельная работа	95.6	95.6
ИТОГО:	144	144
з.е.	4	4

Форма обучения Заочная

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр(ы)
		8
Контактная работа (всего)	10.4	10.4
В том числе:		
Лекционные занятия	4	4

Практические занятия	6	6
Контактная работа на аттестации	0.4	0.4
Самостоятельная работа	130	130
Часы на контроль	3.6	3.6
ИТОГО:	144	144
з.е.	4	4

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы/темы дисциплины и виды занятий

Форма обучения Очная

№ п/п	Наименование разделов/тем дисциплины	Лекции	Прак. занятия	СРС	Катт	Контроль
	Тема 1. Стимулирование продаж – основная составляющая коммуникационной политики маркетинга	1	4			
	Тема 2. Основы понятия стимулирования продаж	1	4			
	Тема 3. Методы стимулирования продаж	2	2			
	Тема 4. Ценовые методы стимулирования продаж	2	2			
	Тема 5. Неценовые методы стимулирования продаж	2	4			
	Тема 6. Средства коммуникации для стимулирования сбыта (продаж)	2	4			
	Тема 7. Принципы формирования бюджета стимулирования продаж	2	4			
	Тема 8. Роль маркетинговых агентств в проведении промо – акции	2	4			
	Тема 9. Оценка эффективности стимулирования продаж	2	4			
	ИТОГО:	16	32	95.6	0.4	

Форма обучения Заочная

№ п/п	Наименование разделов/тем дисциплины	Лекции	Прак. занятия	СРС	Катт	Контроль
	Тема 1. Стимулирование продаж – основная составляющая коммуникационной политики маркетинга	1		15		
	Тема 2. Основы понятия стимулирования		1	15		

	продаж					
	Тема 3. Методы стимулирования продаж		1	15		
	Тема 4. Ценовые методы стимулирования продаж	1	1	15		
	Тема 5. Неценовые методы стимулирования продаж		1	15		
	Тема 6. Средства коммуникации для стимулирования сбыта (продаж)	1		15		
	Тема 7. Принципы формирования бюджета стимулирования продаж		1	15		
	Тема 8. Роль маркетинговых агентств в проведении промо – акции	1		15		
	Тема 9. Оценка эффективности стимулирования продаж		1	10		
	ИТОГО:	4	6	130	0.4	3.6

5.2. Содержание разделов/тем дисциплины

№ п/п	Наименование раздела/темы дисциплины	Содержание раздела/темы
	Тема 1. Стимулирование продаж – основная составляющая коммуникационной политики маркетинга	Стимулирование сбыта: понятие и значение. Инструменты стимулирования сбыта. Целевые аудитории стимулирования сбыта. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию сбыта. Тестирование мероприятий по стимулированию сбыта. Основы прогнозирования спроса потребителей.
	Тема 2. Основы понятия стимулирования продаж	Роль стимулирования продаж в структуре продвижения. Характеристики стимулирования продаж. Эволюция стимулирования сбыта. Стратегия стимулирования сбыта. Стимулирование на разных этапах жизненного цикла товара. План стимулирования сбыта и план маркетинга. Персонал в сфере стимулирования сбыта. Инвестиционная стратегия и жизненный цикл торговой марки. Правовое обеспечение стимулирования сбыта.
	Тема 3. Методы стимулирования продаж	Методы стимулирования потребителей. Предложения в денежной форме. Предложения в натуральной форме. Предложение в активной форме. Методы стимулирования торгового персонала.

		Методы стимулирование торговой сети. Реклама на месте продажи.
	Тема 4. Ценовые методы стимулирования продаж	Выборочная (дискриминационная) скидка. Скидка по времени покупки. Сезонная скидка. Скидка на немодный, морально или физически устаревший товар. Праздничная скидка. Скидка за большой объем покупки.
	Тема 5. Неценовые методы стимулирования продаж	Предложения в натуральной форме. Предложение в активной форме. Методы стимулирования торгового персонала. Методы стимулирование торговой сети. Реклама на месте продажи.
	Тема 6. Средства коммуникации для стимулирования сбыта (продаж)	Комплекс стимулирования (комплекс маркетинговых коммуникаций). Стимулирование сбыта. Реклама. Пропаганда ("паблисити"). Личная продажа. Мерчендайзинг.
	Тема 7. Принципы формирования бюджета стимулирования продаж	Что представляет собой бюджет стимулирования продаж. Методические подходы при построении бюджета стимулирования продаж. Торговые величины затрат на стимулирование продаж. Направление затрат на стимулирование продаж в бюджете маркетинга.
	Тема 8. Роль маркетинговых агентств в проведении промо – акции	1. Необходимость проведения промо-акции. Вероятность достижения поставленных целей промо-акции и факторы влияющие на цель. Результаты промо-акции. Риски несостоятельности промо-акции. Роль маркетинговых агентств в проведении промо – акции.
	Тема 9. Оценка эффективности стимулирования продаж	Анализ выбранного метода стимулирования сбыта. Исследование и оценка промо-кампании. Контроль эффективности мероприятий по стимулированию. Оценка эффективности стимулирования сбыта.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины

Наименование раздела/темы дисциплины	Формируемые компетенции
Тема 1. Стимулирование продаж – основная составляющая коммуникационной политики маркетинга	ПК-3
Тема 2. Основы понятия стимулирования продаж	ПК-3
Тема 3. Методы стимулирования продаж	ПК-3

Тема 4. Ценовые методы стимулирования продаж	ПК-3
Тема 5. Неценовые методы стимулирования продаж	ПК-3
Тема 6. Средства коммуникации для стимулирования сбыта (продаж)	ПК-3
Тема 7. Принципы формирования бюджета стимулирования продаж	ПК-3
Тема 8. Роль маркетинговых агентств в проведении промо – акции	ПК-3
Тема 9. Оценка эффективности стимулирования продаж	ПК-3

7. Методические рекомендации преподавателям по дисциплине

При изучении курса «Методы стимулирования продаж» используются различные образовательные технологии, такие как:

Лекционно-практическая-зачетная система

Дает возможность сконцентрировать материал в блоки (разделы/темы) и преподнести его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся во время текущей и промежуточной аттестации.

При проведении лекции предусмотрено использование аудиовизуальных методов с включением возможностей интернет-формата. Тематика лекционного материала представляет основной теоретический контент курса, в то время как семинарские занятия посвящены преимущественно изучению практики экономического развития. В силу того, что информационная база по практике быстро меняется, акцент сделан на использовании текущей информации. Практическая направленность семинарских занятий усиливается тем фактом, что 50% этих занятий проводится в компьютерном классе с использованием доступа к интернет-ресурсам. На основании самостоятельно подобранных материалов студенты после каждого занятия в интернет-классе пишут аналитическую работу или реферат. Ознакомление с актуальными проблемами развития происходит в интерактивном формате работы с кейсами, дискуссий, в том числе с использованием формата мини-групп, представляющих оппозиционные взгляды, имитирующих работу национальных властных структур. Широко используется такой наглядный метод, как презентации в формате Power Point. В завершение курса проводится деловая ролевая игра. Подобные формы работы по курсу содействуют развитию у студентов навыков аналитической, экспертной и коллегиальной работы, что составляет основу профессиональных навыков. Кроме того, для текущего контроля знаний студентов используется такая традиционная форма, как опрос. Акцент в преподавании делается на интерактивные формы обучения, что обеспечивает долю последних не менее 40% от общего количества.

Проблемное обучение

Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности обучающихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности.

Разноуровневое обучение

У преподавателя появляется возможность помогать «неуспевающему» студенту, при этом уделять внимание остальным обучающимся в группе, реализуется желание «сильных» учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. «Сильные» учащиеся утверждают в своих способностях, «слабые» получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья.

Проектные методы обучения

Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные

творческие способности обучающихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению.

Исследовательские методы в обучении

Дают возможность обучающимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения и для определения индивидуальной траектории развития каждого менеджера.

Технология использования в обучении игровых методов: ролевых, деловых, и других видов обучающих игр

Расширение кругозора, развитие познавательной деятельности, формирование определенных умений и навыков, компетенций, необходимых в практической деятельности.

Обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа)

Сотрудничество трактуется как идея совместной развивающей деятельности обучающихся.

Информационно-коммуникационные технологии

Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

Система инновационной оценки «портфолио»

Формирование персонифицированного учета достижений обучающегося как инструмента педагогической поддержки социального самоопределения, определения траектории индивидуального развития личности. Использование широкого спектра педагогических технологий дает возможность ППС продуктивно использовать время аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) работы студента.

8. Методические рекомендации для преподавателей для проведения текущего контроля успеваемости/промежуточной аттестации по дисциплине

Текущий контроль успеваемости в рамках дисциплины проводятся с целью определения степени освоения обучающимися образовательной программы.

Текущий контроль успеваемости обучающийся проводится по каждой теме учебной дисциплины и включает контроль знаний на аудиторных и внеаудиторных занятиях в ходе выполнения самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится в форме сдачи экзамена.

Зачет с оценкой сдается согласно расписанию и служит формой проверки учебных достижений обучающихся по всей программе учебной дисциплины и преследуют цель оценить учебные достижения за академический период. Студент может быть освобожден от зачета с оценкой в случае отличного выполнения комплекта оценочных материалов по дисциплине.

9. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины, в том числе для самостоятельной работы обучающихся

1. Работа над понятиями

1. Знать термин.
2. Выделить главное в понятии.
3. Выучить определение.
4. Уметь использовать понятие в различных формах ответа.

2. Запись лекции

1. Настроиться на запись лекции (состояние внутренней готовности, установка).

2. Соблюдать единый орфографический режим:
 - а) записать дату, тему, план, рекомендованную литературу;
 - б) вести запись с полями;
 - в) выделять главное, существенное (подчеркивая, абзацы, цвет, пометки на полях и т.д.).
3. Запись вести сжато, но без искажения содержания.
4. Выделять основные понятия, определения, схемы, факты, сведения, статистические данные.

3. Работа с источником информации:

1. Познакомиться в целом с содержанием источника информации:
 - а) чтение аннотации источника;
 - б) чтение вступительной статьи;
 - в) просматривание оглавления;
 - г) чтение источника с выделением основных проблем и выводов;
 - д) работа со словарем с целью выяснения значений понятий.
2. Составить план темы:
 - а) выделить логически законченные части;
 - б) выделить в них главное, существенное;
 - в) сформулировать вопросы или пункты плана;
 - г) ставить вопросы по прочитанному.

4. Конспектирование:

1. Определить цель конспектирования.
2. Составить план.
3. Законспектировать источник:
 - а) указать автора статьи, ее название, место и год написания, страницы;
 - б) составить конспект по следующим формам (по указанию преподавателя или выбору студента): 1. Цитатный план. 2. Тезисный план.

10. Перечень информационных технологий

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используются следующее:	
Оборудование:	Проектор; Интерактивная доска; Ноутбук; Экран на треноге; ПК; Колонки.
Программное обеспечение и информационно справочные системы:	ЭБС Znanium; Консультант плюс; WindowsXPProfessional SP3; Windows 7; MicrosoftOffice 2007; MicrosoftOffice 2010; Антивирус DoctorWeb; Gimp 2; CorelDrawGraphicsSuiteX4; 1С Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Методы стимулирования продаж в торговле: Учебник / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов, В.К. Крышталев, Т.В. Панкина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 304 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0526-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/364993>
2. Стимулирование продаж: принципы, методы, оценка: Учебное пособие / О.А. Шальнова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 107 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-16-009345-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/433622>
3. Скрипты продаж: Учебное пособие / Ткаченко Д. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 224 с.: ISBN 978-5-9614-5228-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/923909>

б) дополнительная литература

1. Увеличение продаж для «упрощенцев»: Журнал Пособие / Шестакова Е. - Рн/Д:Феникс, 2016. - 142 с. ISBN 978-5-222-24400-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/912277>
2. Секреты волшебников продаж: Опыт лучших / Фокс Д.Д. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 160 с.: ISBN 978-5-9614-0714-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/923760>
3. Совершенная машина продаж: 12 проверенных стратегий эффективности бизнеса / Холмс Ч. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 320 с.: ISBN 978-5-9614-4378-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/923948>
4. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебник / В.Н. Наумов. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 404 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/21026. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/550748>

в) Интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека (электронные статьи по экономике) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
2. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» (электронные статьи) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru>
3. Электронная библиотека по бизнесу, финансам, экономике и смежным темам (электронные книги) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.finbook.biz>.
4. <http://www.rsl.ru/> (сайт Российской Государственной библиотеки).
5. <http://www.gks.ru> (сайт Г оскомстата РФ).
6. <http://www.hrm.ru/> (специализированный сайт для HRменеджеров).
7. <http://www.minzdravsoc.ru/> (сайт Министерства труда и социального развития РФ).
8. <http://www.chelt.ru> (сайт журнала "Человек и труд").
9. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> Научная электронная библиотека.
10. <http://www.minfin.ru> Министерство финансов РФ

12. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитории	Перечень оборудования и технических средств обучения
<p>Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа.</p> <p>Кабинеты, оснащенные мультимедийным оборудованием</p>	<p>№ 001, № 002, № 215, № 309, № 406</p>	<p>Средства звуковоспроизведения с мультимедийными комплексами для презентаций, интерактивная доска.</p> <p>Ноутбук, комплект мультимедиа, экран, техническое и программное обеспечение, подключение к Internet, доска фломастерная, флип-чат.</p>
<p>Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа/практических занятий.</p> <p>Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций.</p> <p>Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации.</p>	<p>№ 206, № 403, № 200, № 202, № 107, № 110, № 207</p>	<p>Учебные рабочие места</p> <ul style="list-style-type: none"> • Компьютер Cel 3 ГГц, 512Мб, 120Гб, FDD, • Компьютер Intel Pentium Dual CPU 1,8 ГГц, 2048 Мб • Компьютер Intel Core i3 CPU 3,4 ГГц, 4 Гб • Компьютер Intel Core i5 CPU 3,2 ГГц, 4 Гб • Лицензионное программное обеспечение - Windows XP Professional SP3, Windows 7 • Microsoft Office 2007, 2010 • 1С Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях • Антивирус DoctorWeb • Консультант Плюс • Corel Draw Graphics Suite X4 • Adobe Connect 9 (вебинар)
<p>Помещение для самостоятельной работы</p>	<p>№ 102</p>	<p>столы компьютерные 13 шт., столы с дополнительным расширением для инвалидов и лиц с ОВЗ 2 шт., стулья 6 шт., компьютеры benq 17" lcd/cel 3мгц /512 mb/80 gb 9 шт. доска фломастерная 2-х сторонняя передвижная 1 шт., сплит-система LG 1 шт., жалюзи (пластик) 4 шт., кресло 9 шт., огнетушитель 1 шт.</p>
<p>Библиотека</p>	<p>№ 004</p>	<p>Каталожная система библиотеки – для обучения студентов умению пользоваться системой поиска литературы</p>
<p>Читальный зал библиотеки</p>	<p>№ 003</p>	<p>Рабочие места с ПК – для обучения работе с индексирующими поисковыми системами в Internet</p>
<p>Аудитория для хранения учебного оборудования</p>	<p>№ 111</p>	

