

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 18.11.2024 13:41:31

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

Рабочая программа дисциплины
Управление функциями международной сбытовой деятельностью

Направление 38.03.02 Менеджмент
Направленность 38.03.02.05 "Международный менеджмент"

Для набора 2022 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА Общий и стратегический менеджмент**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	16			
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48	48	48	48
Сам. работа	96	96	96	96
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	180	180	180	180

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Яковенко С.В.

Зав. кафедрой: к.э.н., доцент С.Н. Гончарова

Методический совет направления: д.э.н., профессор Суржиков М.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	получение студентами глубоких теоретических и практических знаний по основам управления проектами в международном бизнесе, получение представления о современных информационных технологиях в управлении проектами, изучение сбытовой политики ознакомление с функциями сбытовой политики
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Способен обоснованно выбирать и эффективно использовать инструменты и методы разработки и реализации управленческих решений в различных направлениях деятельности организации

ПК-1: Способен организовывать и проводить профессиональные консультации в сфере кросс-функциональных процессов организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- принципы менеджмента которые применяются к управлению в сбытовой деятельности (соотнесено с индикатором ПК-1.1).
- правила составления и оформления служебной документации, соответствующие нормативы и стандарты при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (соотнесено с индикатором ПК-2.1).

Уметь:

- делать правильный выбор структуры сбытовой политики (соотнесено с индикатором ПК-1.2).
- уметь самостоятельно формировать благоприятные условия для нововведений в сфере государственного и муниципального управления (соотнесено с индикатором ПК-2.2).

Владеть:

- навыками различать и оценивать различные функции сбытовой политики (соотнесено с индикатором ПК-1.3).
- практическими навыками по составлению и оформлению документов на компьютере (соотнесено с индикатором ПК-2.3).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. «Организация и управление коммерческой деятельностью»

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
1.1	Тема 1.1. Сущность и содержание коммерческой работы. Условия коммерческой деятельности. История развития. Личностные требования к коммерческому работнику. Организация переговоров. Этикет предпринимателя. Коммерческая информация и её защита. Сущность сделки и её виды. Договорная работа в коммерческой деятельности. Основные статьи договоров. Договор поставки. Коммерческо-правовые комментарии основных условий договора поставки. Договор контрактации. Государственный контракт / Лек /	7	2	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
1.2	Тема 1.2. Коммерческие структуры. Участники коммерческой деятельности. Коммерческие и некоммерческие организации. Учредительные документы. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. / Лек /	7	2	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
1.3	Тема 1.3. Формы и методы расчётов. Наличная форма расчётов. Безналичные формы расчётов: Расчёты платёжными поручениями, расчёты чеками, аккредитивная форма, расчёты с использованием векселей. Клиринг. / Лек /	7	2	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
1.4	Тема 1.4. Организация коммерческой деятельности предприятий. Изучение рынка сырья и материалов. Стратегия закупки. Определение целесообразной партии закупки. Изучение и поиск коммерческих партнёров. Выборы поставщика. Контроль и учёт поступивших материалов. Планирование и прогнозирование сбыта. Расчёт плана сбыта. Определение доходности от продаж. Аукционная форма торговли. Виды аукционов. Организация аукционной торговли. Организация проведения тендеров. Биржевая торговля. Порядок создания товарной биржи. Виды сделок на бирже. Организация биржевых операций. / Лек /	7	2	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
1.5	Тема 1.1. Составление договора поставки. Составление претензии. Расчёт санкций. При использовании LibreOffice / Пр /	7	4	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3,

					Л2.4
1.6	Тема 1.2. Составление учредительных документов. Составление устава, протоколов советов директоров, протоколов заседания советов договоров. / Пр /	7	4	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
1.7	Тема 1.3. Расчёт стратегии снабжения. Расчёт потребности материалов. Выборы поставщика. Расчёт объёма сбыта разными методами. / Пр /	7	4	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
1.8	Тема 1.4. Ситуация - Организация проведения тендеров. Ситуация - Аукционная форма торговли. / Пр /	7	2	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
1.9	Тема «Составление схемы переговоров. Составление спецификации к договору.. Оформление протокола разногласий.. Тема «Разработка приёмов поведения при нечестных приёмах ведения переговоров. Составление разделов договора. Расчёт цен на продукцию Тема «Составление рекламы. Разработка фирменного стиля создаваемого предприятия. Расчёт эффекта от рекламной деятельности. Подготовка презентаций по услугам торговых предприятий. Составление заявки на сертификацию / Ср /	7	56	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
Раздел 2. «Применение методов средств, приёмов менеджмента в коммерческой деятельности»					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
2.1	Тема.2.1 Организация экспортно-импортных операций. Понятие внешнеэкономической деятельности. Виды внешнеторговых операций. Международные торговые организации. Товарная классификация и государственное регулирование ВЭД. Товарная классификация. Тарифное регулирование. Нетарифное регулирование. Декларирование и лицензирование товаров. Товарная номенклатура и сертификация импортируемой продукции. / Лек /	7	2	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.2	Тема 2.2 Управление коммерческой службой. Принципы управления коммерческой деятельностью. Основные функции коммерческой службы. Организационная структура коммерческой службы, факторы, влияющие на структуру. Структура оптовой фирмы. Коммерческие группы. Бюджетный метод управления. / Лек /	7	2	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.3	Тема 2.3. Государственное регулирование коммерческой деятельности. Принципы и направления государственного регулирования коммерческой деятельности. Задачи регулирования. Антимонопольное регулирование. Направления поддержки малого бизнеса. / Лек /	7	2	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.4	Тема 2.4. Формы международной сбытовой деятельности. Классификация форм международной сбытовой деятельности • 2. Традиционные формы сбыта в международном маркетинге прямой и косвенный экспорт • 3 Основные формы международной совместной деятельности в организации сбыта на мировых рынках • 4 Критерии выбора формы сбыта на зарубежных рынках • 5 Этнические сбытовые сети в международном маркетинге • 6 Серый (параллельный) сбыт в мировой торговле / Лек /	7	2	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.5	Тема 2.1. Составление организационной структуры предприятия по сбыту продукции / Пр /	7	6	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.6	Тема 2.2. Составление бизнес-плана. Разработка плана по стратегическому развитию предприятия, на открытие нового предприятия. / Пр /	7	6	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.7	Тема 2.3. Составление формы сбыта продукции на зарубежных рынках. Работа выполняется при использовании LibreOffice / Пр /	7	6	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.8	Тема «Расчёт прибыли от продажи продукции. Оценка выгодности сбыта при заданных объёмах реализации и меняющихся условиях. Расчёт оборачиваемости производственных запасов. Тема «Основные формы международной совместной	7	40	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4

	деятельности в организации сбыта на мировых рынках. Тема «Этнические сбытовые сети в международном маркетинге. Серый (параллельный) сбыт в мировой торговле / Ср /				
2.9	/ Экзамен /	7	36	ПК-2, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Колобов А. А., Омельченко И. Н., Орлов А. И.	Менеджмент высоких технологий: практическое пособие	Москва: Интернет- Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2009	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234138 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Сидунова, Г. И., Смыковская, Т. К., Сидунов, А. А., Гомаюнова, Т.М.,	Форсайт-менеджмент: учебное пособие	Волгоград: Волгоградский государственный социально- педагогический университет, «Перемена», 2017	https://www.iprbookshop.ru/70737.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Луговнина С. М.	Международный менеджмент: учебное пособие	Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562249 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Димитриади Н. А., Карасев Д. Н.	Стратегический менеджмент: учеб. пособие	Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2016	64
Л2.2	Сергеева Е. А., Брысаев А. С.	Инновационный и производственный менеджмент в условиях глобализации экономики: учебное пособие	Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2013	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270287 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3		Лидерство и менеджмент: научно-практический журнал: журнал	Москва: Креативная экономика, 2018	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561506 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Смирнова, И. Ю.	Международный менеджмент. Практикум: учебное пособие	Симферополь: Университет экономики и управления, 2019	https://www.iprbookshop.ru/89494.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС "КонсультантПлюс"

ИСС "Гарант"

База данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <https://wciom.ru/database/>

5.4. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС
Microsoft Office

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-1: Способен организовывать и проводить профессиональные консультации в сфере кросс-функциональных процессов организации			
Знать принципы менеджмента которые применяются к управлению в сбытовой деятельности	Отвечает на вопросы опроса об управлении сбытовой деятельностью; формулирует выводы о принципах менеджмента в сбыт. деятельности в реферате;	Полнота и содержательность ответа на вопросы при проведении опроса; делает краткие, ясные выводы и заключение в реферате. Уверенно выступает, удерживает внимание аудитории, формулирует и доносит до аудитории собственную позицию при участии в круглом столе.	Вопросы к экзамену (1-30) Круглый стол (1-4) Опрос (1-16) Реферат (1-20)
Уметь делать правильный выбор структуры сбытовой политики	Отвечает на вопросы по выбору структуры сбытовой политики при выполнении инд. творч. задания; Отвечает о структуре сбытовой политики при выступлении с рефератом; формулирует выводы о сбыт. политике в реферате; В решении кейс-задачи делает правильный выбор структуры сбыта.	Полнота и содержательность ответа на вопросы при проведении круглого стола; делает краткие, ясные выводы и заключение в реферате и в инд. творч. задании. Уверенно выступает, удерживает внимание аудитории, формулирует и доносит до аудитории собственную позицию при участии в круглом столе.	Круглый стол (1-4) Инд. творческие задания (1-10) Реферат (1-20) Кейс-задача (1-4)

<p>Владеть навыками различать и оценивать различные функции сбытовой политики</p>	<p>Демонстрирует навыки оценки функций сбытовой политики при выполнении инд. творч. задания; В решении кейс-задачи правильно оценивает функции сбытовой политики</p>	<p>Полнота и содержательность ответа на вопросы при ответе на кейс-задачи; делает краткие, ясные выводы и заключение при решении кейс-задачи и в инд.творч. задании.</p>	<p>Инд. творческие задания (1-10) Кейс-задача (1-4)</p>
<p>ПК-2: Способен обоснованно выбирать и эффективно использовать инструменты и методы разработки и реализации управленческих решений в различных направлениях деятельности организации</p>			
<p>Знать правила составления и оформления служебной документации соответствующие нормативы и стандарты при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений;</p>	<p>Отвечает на вопросы опроса о нормативах и стандартах; формулирует выводы о технол, продуктовых инновациях в реферате; В ходе опроса называет правила составления и оформления документации сбытовой деятельности.</p>	<p>Полнота и содержательность ответа на вопросы при проведении опроса; делает краткие, ясные выводы и заключение в реферате</p>	<p>Вопросы к экзамену (1-30) Круглый стол (1-4) Опрос (1-16) Реферат (1-20)</p>
<p>Уметь самостоятельно формировать благоприятные условия для нововведений в сфере государственного и муниципального управления</p>	<p>Отвечает на вопросы по нововведениям в сфере гос.и мун.упр. при выполнении инд. творч. задания; Отвечает о структуре нововведений и формулирует выводы об условиях для нововведений в реферате; В решении кейс-задачи делает правильный выбор нововвед для гос и мун.упр.</p>	<p>Полнота и содержательность ответа, делает краткие, ясные выводы и заключение в реферате и при решении кейс-задачи и в инд.творч. задании. Уверенно выступает, удерживает внимание аудитории, формулирует и доносит до аудитории собственную позицию при участии в круглом столе.</p>	<p>Круглый стол (1-4) Инд. творческие задания (1-10) Реферат (1-20) Кейс-задача (1-4)</p>

Владеть практическими навыками по составлению и оформлению документов на компьютере;	Демонстрирует навыки составления документов по функциям сбытовой политике при выполнении инд. творч. задания; В решении кейс-задачи правильно оформляет документацию	Полнота и содержательность ответа, делает краткие, ясные выводы и заключение при решении кейс-задачи и в инд.творч. задании. Правильно оформляет документы	Инд. творческие задания (1-10) Кейс-задача (1-4)
--	--	--	---

1.2 Шкала оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 баллов (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

2 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 к экзамену

- 1 В чем преимущества и недостатки прямого экспорта?
- 2 В чем преимущества и недостатки косвенного экспорта?
- 3 Какими функциями занимается торговый посредник в международной торговле?
- 4 Каким требованиям должен отвечать посредник в международном сбыте, охарактеризуйте основные критерии выбора оптовых компаний менеджментом компаний-производителей.
- 5 Охарактеризуйте основные формы сотрудничества компаний в организации сбыта продукции на международных рынках.
- 6 Дайте характеристику факторов выбора форм организации сбыта продукции на международных рынках.
- 7 Что такое серый маркетинг?
- 8 Охарактеризуйте механизм реимпорта продукции.
9. Охарактеризуйте специфику этнических сбытовых сетей в сбыте продукции на международных рынках.
10. Охарактеризуйте специфику биржевой торговли. Какие товары реализуются на биржах?
11. Опишите механизмы формирования прибыльности международных торговых операций.
12. Опишите структуру цепочки создания ценности в реализации легковых автомобилей на международных рынках.

13. Охарактеризуйте существующие классификации клиентов и критерии идентификации ключевых клиентов на международных рынках.
14. Опишите функции сбытовой деятельности.
15. Охарактеризуйте организацию продвижения продукции на международных рынках и возможную роль различных каналов продвижения.
16. Опишите основные элементы организации международной Интернет-торговли.
17. Опишите современные технологии категоризации клиентов и особенности категоризация клиентов в работе на международных рынках.
18. Опишите организацию выработки профессиональных навыков у торгового персонала международных компаний.
19. Опишите современные технологии ведения переговоров и особенности переговорного процесса в международном бизнесе.
20. Опишите современные методы выбора наиболее перспективных кандидатов для работы в отделе сбыта.
21. Опишите организацию процесса набора торгового персонала в международных компаниях.
22. Опишите основные типы организационной структуры отделов сбыта продукции в международных компаниях.
23. Охарактеризуйте специфику и содержание коммерческой деятельности.
24. Опишите основные подходы к управлению рисками в международной сбытовой деятельности.
25. Опишите организацию корпоративного обучения торгового персонала в международных компаниях.
26. Опишите современные технологии убеждения клиента и особенности процесса убеждения клиента в международном бизнесе.
27. Охарактеризуйте структуру современного процесса внедрения инноваций и подходы к реализации инновационных продуктов на международных рынках.
28. Опишите современные подходы к управлению продуктовым портфелем международной компании.
29. Опишите основные этапы подготовки руководителя крупной сбытовой сети в международных компаниях.
30. Опишите основные компетенции торгового персонала международных компаний участника и методы их формирования/развития.

Экзаменационный билет содержит два вопроса из приведенных выше и одно задание из раздела «Индивидуальные творческие задания»

Критерии оценки

- 84-100 баллов (оценка «отлично») - изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;

- 67-83 баллов (оценка «хорошо») - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;

- 50-66 баллов (оценка «удовлетворительно») - наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;

- 0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно») - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Темы для проведения круглого стола

Круглый стол 1

Составление договора поставки. Составление претензии. Расчёт санкций.

Круглый стол 2

Ситуация - Организация проведения тендеров. Ситуация - Аукционная форма торговли.

Круглый стол 3

Составление организационной структуры предприятия по сбыту продукции

Круглый стол 4

Составление бизнес-плана международной сбытовой компании

Критерии оценки.

За семестр проводится 2 круглых стола. Участие в одном оценивается в 10 баллов. Всего за участие в круглых столах за семестр студент получает максимум 20 б.

8-10 баллов – студент активно участвует в дискуссии, задание выполнено верно, ответ полный, исчерпывающий, содержит необходимые примеры, пояснения, студент присутствует в аудитории /онлайн в электронной среде,

5-7 балла – студент участвует в дискуссии, но задание выполнено не в полном объеме, имеются существенные ошибки в изложении, примеры неадекватны заданию, студент присутствует в аудитории /онлайн в электронной среде;

3-4 балла – студент практически не участвует в обсуждении, ответ неполный, имеются существенные ошибки, которые устраняются студентом с подсказки преподавателя или других студентов; затрудняется дать теоретическое обоснование вопроса и привести соответствующие примеры;

0-2 балла – не участвует в обсуждении, задание не выполнено вообще или содержит грубые ошибки, полностью искажающие результат, студент отсутствует в аудитории / не находится онлайн в электронной среде.

Индивидуальные творческие задания

1. Разработайте модель анализа внешней среды (виды собираемой информации, источники информации и методы ее получения) для выбора менеджментом фармацевтической компании (производство препаратов для применения в больнице) новых направлений деятельности.

2. Разработайте модель анализа внешней среды (виды собираемой информации, источники информации и методы ее получения) для выбора менеджментом фабрики игрушек новых направлений деятельности.

3. Разработайте структуру процесса создания корпоративной стратегии (с указанием видов собираемой информации, источников информации и методов ее получения) менеджментом компании, производящей сельскохозяйственное оборудование.

4. Разработайте структуру процесса создания бизнес-стратегии (с указанием видов собираемой информации, источников информации и методов ее получения) для рынка

Ростовской области менеджментом компании, предлагающей услуги уборки офисных помещений (клининг).

5. Разработайте модель последовательного применения нескольких стратегических инструментов при создании корпоративной стратегии.

6. Опишите специфику, преимущества и недостатки существующих подходов к описанию конкурирующих компаний.

7. Опишите специфику, преимущества и недостатки существующих подходов к выбору целевого рынка.

8. Опишите специфику, преимущества и недостатки существующих подходов к оценке фактической емкости рынка.

9. Разработайте структуру процесса контроля эффективности реализации бизнес-стратегии коммерческой компании.

10. Разработайте структуру процесса модификации корпоративной стратегии диверсифицированной международной компании.

Критерии оценки.

Каждое задание оценивается максимум в 4 балла. Всего выполняется не более 5 заданий за семестр (максимум 20 б.).

Баллы для каждого задания/проекта:

4 балла – задание выполнено верно, ответ полный, исчерпывающий, содержит необходимые примеры, пояснения, студент присутствует в аудитории /онлайн в электронной среде;

3 балла – задание выполнено не в полном объеме, имеются существенные ошибки в изложении, примеры неадекватны заданию, студент присутствует в аудитории /онлайн в электронной среде;

2-1 баллов – ответ неполный, имеются существенные ошибки, которые устраняются студентом с подсказки преподавателя или других студентов; затрудняется дать теоретическое обоснование вопроса и привести соответствующие примеры;

0 баллов – задание не выполнено вообще или содержит грубые ошибки, полностью искажающие результат, студент отсутствует в аудитории / не находится онлайн в электронной среде.

Вопрос для проведения опроса

1 В чем преимущества и недостатки прямого экспорта? Приведите примеры.

2 В чем преимущества и недостатки косвенного экспорта. Приведите примеры.

3 Какими функциями занимается торговый посредник в международной торговле? Приведите примеры.

4 Каким требованиям должен отвечать посредник в международном сбыте и каким критериям его выбора вы отдадите предпочтение. Приведите примеры.

5 Какие формы организации международного производственного сотрудничества, расширяющего сбыт продукции на мировых рынках, вы знаете? Дайте их характеристику. Приведите примеры.

6 Дайте характеристику факторов выбора форм организации зарубежного сбыта. Приведите примеры.

7 Что такое серый маркетинг. Приведите примеры.

8 Раскройте механизм реимпорта. Приведите примеры.

9. В чем заключаются этнические сбытовые сети в международном маркетинге. Приведите примеры.

10. Что такое биржевая торговля? Приведите примеры.

11. Какие организационно- правовые формы предпринимательской деятельности существуют. Дайте характеристику? Приведите примеры.
12. Что такое бизнес-план? Приведите примеры.
13. Охарактеризуйте бюджетный метод управления. Приведите примеры.
14. Перечислите функции сбытовой деятельности? Приведите примеры.
15. Что такое управление? Приведите примеры.
16. Какие формы и методы расчётов вы знаете, опишите их? Приведите примеры.

Критерии оценки.

За семестр проводится 5 опросов. Всего за участие опросов за семестр студент получает максимум 20 б.

Участие в одном опросе оценивается в 4 балла:

4 балла – ответ полный, исчерпывающий, содержит необходимые примеры, пояснения, студент присутствует в аудитории /онлайн в электронной среде;

3 балла – ответ неполный, имеются существенные ошибки в изложении, примеры неадекватны заданию, студент присутствует в аудитории /онлайн в электронной среде;

2-1 баллов – ответ неполный, имеются существенные ошибки, которые устраняются студентом с подсказки преподавателя или других студентов; затрудняется дать теоретическое обоснование вопроса и привести соответствующие примеры;

0 баллов – ответ содержит грубые ошибки, полностью искажающие результат, студент отсутствует в аудитории / не находится онлайн в электронной среде.

Темы рефератов

1. Специфика и содержание коммерческой деятельности. История развития коммерческой деятельности. Основные виды товаров и услуг.
2. Сущность коммерческой сделки, основные виды сделок. Договорная работа в коммерческой деятельности. Основные статьи договоров.
3. Компетенции участника коммерческой деятельности, методы формирования/развития компетенций. Компетенции торгового персонала международных компаний.
4. Подбор торгового персонала, современные методы выбора наиболее перспективных кандидатов для работы в отделе сбыта. Организация процесса набора торгового персонала в международных компаниях.
5. Структура процесса продажи, современные технологии убеждения клиента. Особенности процесса убеждения клиента в международном бизнесе.
6. Корпоративное обучение торгового персонала, организация корпоративного обучения в международных компаниях.
7. Договор поставки продукции. Основные условия договора поставки в международном бизнесе.
8. Организационная структура отделов сбыта, основные формы. Структура отделов сбыта продукции в международных компаниях.
9. Организация международной Интернет-торговли.
10. Уровень прибыльности международных торговых операций. Структура цепочки создания ценности, прибыльность каждого этапа в структуре производственно-сбытовой цепочки.
11. Продвижение продукции на международных рынках, роль различных каналов продвижения.
12. Роль бренда в результативности коммерческих операций. Управление брендами, ориентированными на международные рынки.

- 13.Классификации клиентов, основные принципы современных систем управления ключевыми клиентами.
- 14.Методы идентификации ключевых клиентов. Управление ключевыми клиентами в международном бизнесе.
- 15.Формы сотрудничества компаний в организации сбыта продукции на международных рынках.
- 16.Ведение переговоров, современные технологии ведения переговоров. Особенности переговорного процесса в международном бизнесе.
- 17.Технологии категоризации клиентов, категоризация клиентов в работе на международных рынках.
- 18.Карьера сотрудника отдела сбыта международной компании: методики идентификации и развития необходимых компетенций.
- 19.Программы бизнес-школ, ориентированные на подготовку менеджмента для отделов сбыта международных компаний.
- 20.Выработка профессиональных навыков у торгового персонала международных компаний.

Критерии оценки:

Максимальная оценка за один реферат 10 баллов. За один семестр студент выполняет два реферата. Максимальный балл за рефераты за семестр 20 баллов.

Баллы за один реферат:

- 8-10 баллов выставляется студенту, если он подготовил содержательный реферат с высоким уровнем оригинальности материала;
- 5-7 баллов выставляется студенту, если он подготовил содержательный реферат, но часть материалов скопирована;
- 3-4 баллов при существенной части скопированных материалов и наличии достаточно содержательного материала.
- 0-2 баллов при скопированных материалах и низком уровне включенного в реферат материала.

Кейс-задачи

Кейс 1.

Представьте, что вы возглавляете территориальный отдел продаж международной компании, которая уже давно и успешно работает на определенном рынке и имеет готовый профессиональный отдел продаж, в котором есть три сотрудника. Один из них работает с 65% клиентов компании, второй – с 25%, а третий – с 10%. Результаты продаж выше всего у второго сотрудника (50% от общего объема), а хуже всего у третьего (10%). При этом у первого сотрудника больше всего новых клиентов (70% всех новых клиентов в компанию привлекает именно он), в то время как третий вообще не продает активно и не работает с новыми клиентами компании.

Для главы компании понятно, что данный отдел продаж мог получать более высокие результаты, и он поставил данную задачу перед Вами с условием, что Вы не будете делать резких движений и принимать жестких мер, а гибко подойдете к ситуации, возможно, как-то перераспределите клиентскую базу между работниками и проведете обучение на темы более слабых компетенций. Сейчас все продавцы занимаются всем: работой с клиентами от первого звонка до отгрузки товара.

Задача:

- Какие варианты улучшения видны в данной ситуации?
- Установление каких правил и нормативов помогло бы улучшить результаты работы каждого работника и отдела продаж в целом?

Кейс 2.

Бразильская Comprа Certa принадлежит корпорации Whirlpool, известной в России брендами KitchenAid, Brastemp and Consul. Совместно с CityAds, своим партнером по маркетингу, они разработали масштабную performance-стратегию, которая позволила увеличить прибыль на 32% за первый месяц рекламной кампании.

Главное, что сделали менеджеры Comprа Certa – верно предсказали поведение покупателей. В предкризисный период доходы людей снизились, нестабильность ситуации психологически поощряла долгосрочные покупки. Были выпущены скидочные купоны с фиксированным сроком действия на самые популярные товары. В качестве основных performance-каналов Comprа Certa выбрала не контекст и поисковые сети, а купонные сайты и одну из популярных социальных сетей. Размещение на скидочных агрегаторах принесло более 60% продаж.

Второе отличное решение этой рекламной кампании. День Матери – хороший инфоповод, который можно использовать для контакта с потенциальным покупателем. На купонном портале Cuponomia была запущена промоакция, которая позволяла получить суперкэшбэк в 4,6% при покупке на сайте Comprа Certa. Это на 50% больше, чем оговаривалось в стандартных условиях компании.

После первого месяца усиленной рекламной кампании Comprа Certa и CityAds удалось увеличить прибыль с продаж на 32%.

Задача: Опишите возможные механизмы достижения успеха компанией Comprа Certa.

Кейс 3.

La Redoute – интернет-магазин одежды, обуви и мебели. Все товары приобретаются исключительно через интернет и доставляются из Франции. В условиях длительного нарушения функционирования транспортных систем сроки поставок увеличились, многие постаматы были закрыты. Клиенты стали воздерживаться от покупок.

Маркетинговая команда La Redoute быстро отказалась от запланированного тестирования TikTok и сконцентрировалась на performance-активностях.

Основными задачами на этот период стали:

- удержание постоянных покупателей;
- привлечение новых покупателей;
- увеличение количества покупок через приложение;
- оптимизация по CPA в приложении.

В общении с аудиторией компания сместила акцент на поддержку и сохранение оптимизма, на приятное нахождение дома с семьей. Дополнительно La Redoute впервые запустили баннеры с домашней одеждой. Доля таких креативов на время пандемии составила около 50%.

Результаты

В симбиозе с качественным и проверенным таргетингом правильная фокусировка на ценностях клиентов помогла компании добиться следующих результатов:

СРО (стоимость оформленного заказа) снизилась до рекордно низкого значения

По сравнению с февралем в 2 раза увеличилось количество покупок в приложении от пользователей, пришедших с платных каналов

Вырос поток новых клиентов, совершающих покупки через мобильное приложение; более 2000 новых пользователей, пришедших с платных рекламных каналов, установили приложение La Redoute.

ДРР снизился на 10%. Эта метрика показывает соотношение затрат и реальных привлеченных денег (расходы на рекламу / прибыль с рекламы * 100%). Чем ниже показатель, тем эффективнее кампания.

Задача: Опишите возможные механизмы достижения успеха компанией La Redoute.

Кейс 4.

Описание ситуации: Вы являетесь управляющим пяти АЗС компании «Лесной город» в городе N. Одной из Ваших АЗС является «Зеленый Кедр». У нее максимальная проходимость среди других Ваших АЗС. В связи с этим нагрузка на персонал достаточно большая. Если заправщики у Вас еще удерживаются, так как суммарно получают хорошие чаевые, то текучка кассиров у Вас достаточно высокая. Так что перед Вами стоит задача поиска и оценки кандидата на должность кассира, поскольку их Вам не хватает. Ситуация еще осложняется тем, что АЗС «Зеленый Кедр» имеет мини-маркет с открытой выкладкой, так что задач у кассиров много, а чаевые они не получают. К тому же и функционал у кассиров шире, чем в других топливных компаниях, поэтому найти хорошего кандидата бывает трудно.

В функциональные обязанности кассиров компании «Лесной город» входит:

- Обслуживание клиентов на кассе;
- Приемка товаров;
- Контроль сроков годности товаров;
- Участие в проведении инвентаризации товара;
- Выполнение плана продаж по промо продукции;
- Уборка помещений (полы, полки, туалет и т.д.)

Условия работы: график 2/2 месяц в день с 9 до 21, месяц в ночь с 21 до 9 (по договоренности с управляющим АЗС можно только в день или только ночь). Вам как управляющему удобнее, чтобы кассир мог выходить как в день, так и в ночь.

Задача: Подумайте, пожалуйста, и напишите профиль кандидата на вакансию кассира на АЗС «Зеленый Кедр» в компании «Лесной город». Какими характеристиками и компетенциями (знаниями, навыками, особенностями личности он должен обладать), чтобы успешно работать кассиром на Вашей АЗС.

Критерии оценки

Максимально 20 баллов. Всего выполняется не более 5 заданий за семестр. Каждое кейс-задание оценивается максимум в 4 балла:

4 балла – задание выполнено верно, ответ полный, исчерпывающий, содержит необходимые примеры, пояснения, студент присутствует в аудитории /онлайн в электронной среде;

3 балла – задание выполнено не в полном объеме, имеются существенные ошибки в изложении, примеры неадекватны заданию, студент присутствует в аудитории /онлайн в электронной среде;

2-1 баллов – ответ неполный, имеются существенные ошибки, которые устраняются студентом с подсказки преподавателя или других студентов; затрудняется дать теоретическое обоснование вопроса и привести соответствующие примеры;

0 баллов – задание не выполнено вообще или содержит грубые ошибки, полностью искажающие результат, студент отсутствует в аудитории / не находится онлайн в электронной среде.

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

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 3. Экзаменационный билет содержит два вопроса из приведенных выше и одно задание из раздела «Индивидуальные творческие задания»

Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Приложение 2

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия;

В ходе лекционных занятий рассматриваются Условия коммерческой деятельности. История развития. Личностные требования к коммерческому работнику. Организация переговоров. Этикет предпринимателя, Участники коммерческой деятельности. Коммерческие и некоммерческие организации. Учредительные документы. Организационно- правовые формы предпринимательской деятельности, Наличная форма расчётов. Безналичные формы расчётов: Расчёты платёжными поручениями, расчёты чеками, аккредитивная форма, расчёты с использованием векселей. Клиринг, Организация коммерческой деятельности предприятий, Формы международной сбытовой деятельности, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки Составление договора поставки. Составление претензии. Расчёт санкций, Составление учредительных документов, Расчёт стратегии снабжения. Расчёт потребности материалов. Выборы поставщика. Расчёт объёма сбыта разными методами, Составление организационной структуры предприятия по сбыту продукции, Составление бизнес-плана.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом опроса и круглого стола. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

При реализации различных видов учебной работы используются разнообразные (в т.ч. интерактивные) методы обучения, в частности:

- интерактивная доска для подготовки и проведения лекционных и семинарских занятий;

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться библиотекой ВУЗа