

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 23.06.2022 14:06:31

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»**

Институт Институт менеджмента
Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета
(протокол № 9 от 31 мая 2022 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины	Б1.В.ДЭ.06.02 Омниканальные продажи
Основная профессиональная образовательная программа	38.03.02 Менеджмент программа Цифровой маркетинг

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Самара 2022

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»**

Институт Институт менеджмента
Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

АННОТАЦИЯ

Наименование дисциплины Б1.В.ДЭ.06.02 Омниканальные продажи

Основная профессиональная образовательная программа 38.03.02 Менеджмент программа Цифровой маркетинг

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»**

Институт Институт менеджмента
Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом Университета
(протокол № 9 от 31 мая 2022 г.)

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Наименование дисциплины	Б1.В.ДЭ.06.02 Омниканальные продажи
Основная профессиональная образовательная программа	38.03.02 Менеджмент программа Цифровой маркетинг

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Содержание (ФОС)

Стр.

- 6.1 Контрольные мероприятия по дисциплине
- 6.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 6.3 Паспорт оценочных материалов
- 6.4 Оценочные материалы для текущего контроля
- 6.5 Оценочные материалы для промежуточной аттестации
- 6.6 Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Оmnиканальные продажи входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору) блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Консультационный проект, Инструменты маркетинга, Промышленный маркетинг

Последующие дисциплины по связям компетенций: Веб-аналитика

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Оmnиканальные продажи в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-3 - Способен прогнозировать сбыт продукции и развитие рынка, формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследовать каналы продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-3	ПК-3.1: Знать: подходы к прогнозированию сбыта продукции и развитию рынка, способы формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж, а также продвижения продукции	ПК-3.2: Уметь: формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследовать каналы продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 7
Контактная работа, в том числе:	36.15/1
Занятия лекционного типа	18/0.5
Занятия семинарского типа	18/0.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	17.85/0.5
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации: Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	72
Зачетные единицы	2

очно-заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 7
Контактная работа, в том числе:	4.15/0.12
Занятия лекционного типа	2/0.06
Занятия семинарского типа	2/0.06
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	49.85/1.38
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	72
Зачетные единицы	2

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Оmnиканальные продажи представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Введение в омниканальные продажи	6	6			7,85	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
2.	Организация омниканальных продаж	12	12			10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
	Контроль	18					
	Итого	18	18	0.15		17.85	

очно-заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Введение в омниканальные продажи	1	1			20	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
2.	Организация омниканальных продаж	1	1			29,85	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
	Контроль	18					
	Итого	2	2	0.15		49.85	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Введение в омниканальные продажи	лекция	Каналы товародвижения и их роль в обменных процессах на рынке.
2.	Организация омниканальных продаж	лекция	Управление затратами процесса товародвижения.
		лекция	Развитие интегрированных рынков
		лекция	Формирование и развитие товаропроводящих сетей.
		лекция	Товарообменные операции в условиях интеграции.

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Введение в омниканальные продажи	практическое занятие	Каналы товародвижения и их роль в обменных процессах на рынке.
2.	Организация омниканальных продаж	практическое занятие	Управление затратами процесса товародвижения.
		практическое занятие	Развитие интегрированных рынков
		практическое занятие	Формирование и развитие товаропроводящих сетей.
		практическое занятие	Товарообменные операции в условиях интеграции.

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Введение в омниканальные продажи	- подготовка доклада - тестирование
2.	Организация омниканальных продаж	- подготовка доклада - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е

изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468956>

Дополнительная литература

Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для вузов / Н. В. Еремеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09362-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471886>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ

Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Омниканальные продажи:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком «+»
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	-
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	+
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГАОУ ВО СГЭУ, протокол № 9 от 31.05.2022; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-3 - Способен прогнозировать сбыт продукции и развитие рынка, формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследовать каналы продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-3.1: Знать: подходы к	ПК-3.2: Уметь: формировать	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки): методами прогнозирования

	прогнозированию сбыта продукции и развитию рынка, способы формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж, а также продвижения продукции	предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследовать каналы продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения	сбыта продукции и развития рынка, формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследованию каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения
Пороговый	ПК-3.1: Знать: Структуру каналов распределения и варианты многоканального распределения	ПК-3.2: Уметь: Планировать систему сбыта и продаж	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки): анализа конкуренции в сфере сбыта продукции
Стандартный (в дополнение к пороговому)	ПК-3.1: Знать: Специфику одноканального и многоканального распределения продукции, критерии оценки эффективности распределения	ПК-3.2: Уметь: Разрабатывать программу распределения продукции, прогнозировать сбыт и развитие рынка	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки): методами прогнозирования сбыта продукции и развития рынка, формирования систем сбыта
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	ПК-3.1: Знать: способы формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж, а также продвижения	ПК-3.2: Уметь: исследовать каналы продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения, создавать альтернативные каналы сбыта	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки): Методами исследования уровня конкуренции в системе сбыта и продаж, приемами разработки бюджетов на реализацию продукции

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Введение в омниканальные продажи	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Доклад Тестирование	зачет
2.	Организация омниканальных продаж	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Доклад Тестирование	зачет

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Введение в омниканальные продажи	Роль посредников в канале сбыта.
	2. Поточные процессы в маркетинговых каналах.
	3. Структурное разделение логистических и маркетинговых операций в

	<p>канале распределения</p> <p>4. Содержание концепции физического распределения.</p> <p>5. Функции логистики физического распределения.</p>
Организация омниканальных продаж	<p>6. Типы сотрудничества в бизнесе: неформальные соглашения, стратегические союзы, вертикальная интеграция.</p> <p>7. Неформальные соглашения: совместные закупки, консолидация грузов для перевозки; согласование размера упаковки.</p> <p>8. Стратегические союзы и партнерства. Последовательность формирования партнерств. Факторы успешности партнерства.</p> <p>9. Вертикальная интеграция: понятие, сущность. Виды вертикальной интеграции: слабая, сильная, прямая, обратная.</p> <p>10. Роль интегрированной логистики в современной экономике.</p> <p>11. Взаимосвязь интегрированной логистики и обслуживания клиентов.</p> <p>12. Преимущества внешней интеграции логистики.</p> <p>13. Основные виды логистических систем в товаропроводящих сетях.</p> <p>14. Реструктуризация каналов товаропроводящей сети.</p> <p>15. Товарообменные и компенсационные сделки на безвалютной основе.</p> <p>16. Компенсационные сделки на коммерческой основе.</p> <p>17. Компенсационные сделки на основе соглашений о производственном сотрудничестве.</p>

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)

1. Управленческие решения стратегического типа включают:

- А) распределение ресурсов по функциональным областям;
- Б) составление графиков выполнения операций;
- В) постановка целей и задач компании;
- Г) наблюдение и контроль за исполнением операций;

2. Управленческие решения оперативного типа включают:

- А) наблюдение и контроль за исполнением операций;
- Б) обоснование диверсификации деятельности;
- В) оптимизация производственного процесса;
- Г) укрепление положения компании на рынке;

3. Оцените справедливость приведенных выражений:

I. Стратегия и цели взаимозаменяемы как в разные моменты времени, так и на различных организационных уровнях;

II. Эффективная реализация стратегии основывается на неполной и неопределенной информации;

- А) I-верно; II- верно;
- Б) I-неверно; II- верно;
- В) I-верно; II- неверно;
- Г) I-неверно; II- неверно;

4. Укажите неверное утверждение:

- А) Портфельная стратегия интегрированных компаний максимально использует принципы синергизма;
- Б) Компания-конгломерат не пытается достичь синергизма между дочерними компаниями;
- В) В стратегиях конгломерата присутствуют такие компоненты как синергизм и вектор роста;
- Г) Цели и задачи конгломерата формулируются в виде пороговых значений;

5. Синергия продаж имеет место при выполнении ряда условий:

- А) Использование общих каналов распределения товаров;
- Б) централизованное управление продажами;
- В) наличие общих складских помещений;
- Г) все ответы верны;

6. Синергизм, полученный в результате более рационального использования основных средств и персонала, оптимизации накладных расходов, называется:

- А) инвестиционный;
- Б) оперативный;
- В) менеджмента;
- Г) продаж;

7. Синергизм, полученный в результате более эффективного использования производственных мощностей, накопления опыта в исследованиях и разработках товаров, называется:

- А) инвестиционный;
- Б) оперативный;
- В) менеджмента;
- Г) продаж;

8. Оцените справедливость приведенных выражений:

- I. Синергизм менеджмента может дать как положительный , так и отрицательный результат;
- II. Рациональное использование основных средств и персонала обеспечивает получение синергизма продаж;

- А) I-верно; II- верно;
- Б) I-неверно; II- верно;
- В) I-верно; II- неверно;
- Г) I-неверно; II- неверно;

9. Выделяют несколько решений, определяющих стратегическую роль логистики, к числу которых не относится:

- А) проектирование цепей поставок;
- Б) создание партнерств и союзов с другими организациями;
- В) управление цепями поставок как важнейшего элемента миссии компании;
- Г) планирование конфигурации каналов распределения продукции;

10. Стратегия «тощей» логистики ориентирована на достижение ряда показателей, к числу которых не относится:

- А) обеспечение более быстрой доставки;
- Б) сокращение уровня запасов;
- В) проектирование цепей поставок;
- Г) планирование конфигурации каналов распределения продукции;

Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)

Раздел дисциплины	Задачи

Тематика контрольных работ

Раздел дисциплины	Темы
Введение в омниканальные продажи	<p>Вариант 1.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие и структура каналов сбыта. 2. Стратегические союзы и партнерства. <p>Вариант 2.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль посредников в канале сбыта. 2. Типы сотрудничества в бизнесе: неформальные соглашения, стратегические союзы, вертикальная интеграция.
Организация омниканальных продаж	<p>Вариант 3.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Функции логистики физического распределения. 2. Неформальные соглашения: совместные закупки, консолидация грузов для перевозки; согласование размера упаковки. <p>Вариант 4.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Содержание концепции физического распределения. 2. Вертикальная интеграция: понятие, сущность. <p>Вариант 5.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие товаропроводящей сети. 2. Товарообменные и компенсационные сделки на безвалютной основе. <p>Вариант 6.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие интегрированной логистики. 2. Компенсационные сделки на коммерческой основе.

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Введение в омниканальные продажи	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие омниканальных продаж 2. Структура омниканального распределения 3. Планирование омниканальных продаж <p>Факторы эффективности омниканальных продаж</p>
Организация омниканальных продаж	<ol style="list-style-type: none"> 1. Роль посредников в канале сбыта. 2. Поточковые процессы в маркетинговых каналах. 3. Структурное разделение логистических и маркетинговых операций в канале распределения 4. Содержание концепции физического распределения. 5. Функции логистики физического распределения. 6. Типы сотрудничества в бизнесе: неформальные соглашения, стратегические союзы, вертикальная интеграция. 7. Неформальные соглашения: совместные закупки, консолидация грузов для перевозки; согласование размера упаковки. 8. Стратегические союзы и партнерства. Последовательность формирования партнерств. Факторы успешности партнерства. 9. Вертикальная интеграция: понятие, сущность. Виды вертикальной интеграции: слабая, сильная, прямая, обратная. 10. Роль интегрированной логистики в современной экономике. 11. Взаимосвязь интегрированной логистики и обслуживания клиентов. 12. Преимущества внешней интеграции логистики. 13. Основные виды логистических систем в товаропроводящих сетях. 14. Реструктуризация каналов товаропроводящей сети. 15. Товарообменные и компенсационные сделки на безвалютной основе. 16. Компенсационные сделки на коммерческой основе. 17. Компенсационные сделки на основе соглашений о производственном сотрудничестве.

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне