

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.05.2026 20:19:49
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Высшая школа управления

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ И ДИСТРИБУЦИЕЙ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЛОГИСТИКЕ И ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Управление продажами и дистрибуцией» входит в программу бакалавриата «Интеллектуальные технологии в логистике и цепях поставок» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 6 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра прикладной экономики. Дисциплина состоит из 4 разделов и 16 тем и направлена на изучение комплекса взаимосвязанных процессов по планированию, организации и контролю продаж товаров, а также управлению каналами распределения (дистрибуции) для эффективного доведения продукции до конечных потребителей.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов системных знаний и компетенций в области разработки стратегий продаж и дистрибуции, управления сбытовыми каналами, организации работы торгового персонала и оценки эффективности сбытовой деятельности предприятия.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Управление продажами и дистрибуцией» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; УК-1.3 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;
ПК-1	Способность осуществлять организацию логистической деятельности по перевозке грузов в цепи поставок	ПК-1.1 Владеет методами системного анализа информации и ее упорядочивания; ПК-1.2 Способен реализовывать проекты, направленные на снижение себестоимости операций, повышение эффективности операционной деятельности; ПК-1.3 Способен внедрять комплексные системы контроля логистических затрат в рамках цепочек поставок;
ПК-2	Способен организовать работы с подрядчиками на рынке транспортных услуг	ПК-2.1 Способен прогнозировать и анализировать тенденции развития логистики и управления цепями поставок; ПК-2.2 Способен разрабатывать план реализации стратегии развития операционного направления логистической деятельности в области управления перевозками; ПК-2.3 Способен осуществлять мониторинг реализации операционной стратегии;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Управление продажами и дистрибуцией» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Управление продажами и дистрибуцией».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Философия; Математика; Теория управления; Финансовый менеджмент; Введение в логистические системы; Микроэкономика; Макроэкономика; Экономико-математические методы и модели в логистике; Теория вероятности; Маркетинг; Ознакомительная практика;	Контрактная логистика; Стратегический менеджмент; Производственная практика; Преддипломная практика;
ПК-1	Способность осуществлять организацию логистической деятельности по перевозке грузов в цепи поставок	Ознакомительная практика; Логистика и особенности цепей поставок в розничных сетях; Разработка и экспертиза нормативных документов в логистике; Международное регулирование, стандарты в пищевой логистике и управление качеством пищевых продуктов; Основы логистики; Стандартизация и сертификация; Интралогистика; Управление запасами; Логистика снабжения; Бюджетирование и интегрированное планирование; Логистика интернет торговли; Управление клиентским сервисом в цепях поставок; Логистика и управление цепями поставок; Введение в логистические системы; Финансовый менеджмент; Микроэкономика; Макроэкономика; Управление проектами;	Производственная практика; Преддипломная практика; Распределительные сети; Оптимизация систем хранения; Таможенное дело; Коммерческое, корпоративное и транспортное право; Оптимизационные пакеты в логистике (AnyLogic, OR-Tools);
ПК-2	Способен организовать работы с подрядчиками на рынке транспортных услуг	Управление цифровыми цепями поставок; Цифровые инструменты и сервисы для решения профессиональных задач; Экономико-математические методы и модели в логистике; Управление запасами; Логистика сбыта и распределения; Управление транспортными процессами в цепях поставок; Машинное обучение;	Инструменты прогнозирования и планирования в цепях поставок; Применение эволюционных алгоритмов в логистике; Транспортные решения Last Mile Logistics; Контрактная логистика; Аналитика принятия решений в цепочке поставок и AI-решение для цепи поставок;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			Оптимизационные пакеты в логистике (AnyLogic, OR-Tools); Производственная практика; Преддипломная практика;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Управление продажами и дистрибуцией» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			6
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	29		29
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Теоретические основы управления продажами и дистрибуцией	1.1	Сущность, роль и задачи управления продажами и дистрибуцией	Продажи как процесс взаимодействия с клиентом для заключения сделки. Дистрибуция как организация движения товара от производителя до конечного потребителя. Задачи: рост выручки, расширение рынка, управление каналами, контроль дебиторской задолженности.	ЛК, СЗ
		1.2	Сбытовая стратегия предприятия	Выбор подхода: интенсивный сбыт (максимальное число точек), селективный (ограниченное число посредников по критериям), эксклюзивный (один дилер на регион). Увязка с продуктовой и ценовой стратегией.	ЛК, СЗ
		1.3	Классификация каналов распределения	Прямые каналы (производитель → клиент, через интернет-магазин, розничную точку). Косвенные (одноуровневые – через retailer, двухуровневые – дистрибьютор → ритейлер, многоуровневые). Вертикальные маркетинговые системы (корпоративные, контрактные, управляемые).	ЛК, СЗ
		1.4	Современные форматы продаж и дистрибуции	Омниканальность (интеграция онлайн и офлайн), D2C (direct to consumer), маркетплейсы (Wildberries, Ozon), социальная коммерция (продажи через соцсети), вендинг, подписочные модели (subscription).	ЛК, СЗ
Раздел 2	Управление продажами	2.1	Организация отдела продаж	Типы структур: территориальная (по регионам), продуктовая (по товарным категориям), клиентская (по сегментам B2B/B2C), функциональная. Распределение зон ответственности, KPI, интеграция с маркетингом и логистикой.	ЛК, СЗ
		2.2	Управление торговым персоналом	Рекрутинг, обучение (продукт, техники продаж), мотивация (схемы: оклад + процент, KPI-бонусы, квартальные премии), оценка эффективности (выполнение плана, количество встреч, конверсия). Планирование рабочего времени (ротация, CRM-отчёты).	ЛК, СЗ
		2.3	Процесс персональных продаж	Этапы: поиск клиента → квалификация → подготовка → презентация → работа с возражениями → закрытие сделки → пост-продажное сопровождение. Методы SPIN-продаж, медицинских продаж (в сложных B2B). Использование CRM.	ЛК, СЗ
		2.4	Планирование и бюджетирование продаж	Прогноз продаж (на основе истории, сезонности, планов	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				маркетинга), установление планов по регионам/каналам, расчёт бюджета (затраты на персонал, командировки, рекламу, бонусы). Контроль план-факт, корректировки.	
Раздел 3	Управление дистрибуцией	3.1	Проектирование и развитие дистрибуционной сети	Определение плотности покрытия (количество дистрибьюторов на регион), выбор локаций складов, маршрутов доставки. Оценка затрат на содержание сети. Матрица «охват vs контроль». Использование дистрибуционных моделей: складская, транзитная.	ЛК, СЗ
		3.2	Управление взаимоотношениями в каналах дистрибуции	Управление конфликтами (горизонтальными – между дистрибьюторами, вертикальными – производитель vs дистрибьютор). Принципы партнёрства: прозрачность, совместное планирование продаж, общие KPI. Программы лояльности для посредников.	ЛК, СЗ
		3.3	Управление дистрибуторами и дилерами	Отбор (финансовая устойчивость, покрытие, репутация), мотивация (скидки, бонусы за рост, маркетинговая поддержка), контроль (остатки, ценообразование, соблюдение территории). Договорные отношения: эксклюзивные/неэксклюзивные права, минимальный объём закупок.	ЛК, СЗ
		3.4	Коммерческие условия работы с посредниками	Ценовые условия (скидки: бонусные, ретробонусы, за объём, за логистику), отсрочки платежа, условия возврата товара, маркетинговая поддержка (промо, POS-материалы, обучение), исключительные права на территорию. Штрафы за нарушение условий.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Эффективность и контроль сбытовой деятельности	4.1	Анализ и оценка эффективности продаж	KPI: выполнение плана по объёму и ассортименту, средний чек, конверсия (лид → сделка), длина цикла продажи, стоимость привлечения клиента (CAC), пожизненная ценность клиента (LTV). Анализ воронки продаж, ABC-анализ клиентов и товаров.	ЛК, СЗ
		4.2	Оценка эффективности дистрибуции	KPI: доля рынка (по регионам), доступность товара (в точках), оборачиваемость запасов у дистрибьютора, точность выполнения заказов (OTIF), затраты на дистрибуцию (% от выручки). Оценка вклада каналов в общую выручку.	ЛК, СЗ
		4.3	Управление клиентским портфелем	Сегментация клиентов по прибыльности, объёму, риску (матрица BCG, RFM-анализ: давность, частота, сумма). Стратегии: удержание ключевых клиентов, развитие перспективных, пересмотр условий для убыточных.	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				Управление дебиторской задолженностью (контроль просрочек).	
		4.4	Современные технологии и цифровизация в продажах и дистрибуции	CRM-системы (Salesforce, Bitrix24, AmoCRM) для управления сделками и клиентами. TMS для дистрибуции, прогнозная аналитика (машинное обучение для спроса), электронные каталоги для торговых представителей, мобильные приложения для приёма заказов, интеграция с маркетплейсами через API, автоматизация отчётности (BI-дашборды).	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Персональные компьютеры (объединенные в локальную сеть, с доступом к сети Интернет); операционная система Windows с приложениями; программное обеспечение Microsoft Office 365
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Персональные компьютеры (объединенные в локальную сеть, с доступом к сети Интернет); операционная система Windows с приложениями; программное обеспечение Microsoft Office 365
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Персональные компьютеры (объединенные в локальную сеть, с доступом к сети Интернет); операционная система Windows с приложениями; программное обеспечение Microsoft Office 365

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Организация торговли. Жулидов Сергей Иванович ISBN: 9785160213521 Год издания: 2026 Издательство: Инфра-М Язык: Русский
<https://www.livelib.ru/genre/%D0%94%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%B1%D1%83%D1%86%D0%B8%D1%8F>

2. Управление продажами : учебник / под общ. ред. С. В. Земляк. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 300 с. - ISBN 978-5-16-021380-4. - Текст : электронный. - URL:

<https://znanium.ru/catalog/product/2223346>

3. От производителя до клиента: Руководство по успешной дистрибуции. Артем Демиденко Год издания: 2024 Тип: Сетевое издание Язык: Русский
<https://www.livelib.ru/genre/%D0%94%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%B1%D1%83%D1%86%D0%B8%D1%8F>

4. Земляк С.В., Гусарова О.М., Жильцов Д.А. и др. - Управление продажами - 978-5-9558-0531-3 - Вузовский учебник - 2023 - <https://znanium.ru/catalog/product/2002632> - 2002632 - ZNANIUM

Дополнительная литература:

1. Чернышева, А. М. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16619-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583364>

2. Горбашко, Е. А. Управление качеством : учебник для вузов / Е. А. Горбашко. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 427 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17580-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582598>

3. Горбашко, Е. А. Управление проектами : учебник для вузов / Е. А. Горбашко ; под редакцией Е. А. Горбашко. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19021-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589651>

4. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для вузов / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04642-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559811>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Управление продажами и дистрибуцией».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

заведующий кабинетом

Должность, БУП

Подпись

Ристевска Ивана

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Островская Анна

Александровна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Островская Анна

Александровна

Фамилия И.О.