

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**



Рабочая программа дисциплины (модуля),  
как компонент образовательной программы  
базового высшего образования  
по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Управление продажами, тендерными и альтернативными закупками**

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Маркетинг и рыночная аналитика

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде  
электронного документа выгружена из единой  
корпоративной информационной системы управления  
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)  
ID подписи: 72869  
Подписал: заведующий кафедрой Данилина Мария  
Геннадьевна  
Дата: 08.06.2026

## 1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения учебной дисциплины является подготовка обучающихся к научно обоснованному выбору методов продаж и поведения в целях успешной реализации решений по управлению современной организацией.

Задачи учебной дисциплины:

формирование у обучающегося способности управлять коммерческими переговорами и использовать приемы диагностики мотивации партнера по переговорам для успешного заключения сделки, способности планировать и обеспечивать реализацию продаж продукции организации

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

**ОПК-1** - Способен применять знания в области экономики и управления для решения типовых профессиональных задач;

**ПК-1** - Способен исследовать рынок с использованием инструментария экономического анализа, формировать модели жизненного цикла продукта при реализации инновационных проектов, управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

### **Знать:**

способы организации каналов сбыта;  
основные структуры управления службы продаж;  
типы продаж, включая тендерные торги;  
виды мотивации торгового персонала;  
методы управления ассортиментом.

### **Уметь:**

планировать работу отдела продаж;  
определять необходимую численность персонала отдела продаж;  
оценивать эффективность деятельности отдела продаж

### **Владеть:**

методами личных продаж, приемами успешного ведения переговоров;  
навыками работы с возражениями;  
методом оптимизации ассортимента на основе стоимостного анализа.

### 3. Объем дисциплины (модуля).

#### 3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Семестр №6
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	64	64
В том числе:		
Занятия лекционного типа	32	32
Занятия семинарского типа	32	32

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 80 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

### 4. Содержание дисциплины (модуля).

#### 4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Организация работы отдела продаж Рассматриваемые вопросы: - Целеполагание создания отдела исходя из миссии компании. - Среднесрочные и краткосрочные цели.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	- Структурирование работы отдела продаж. Виды структур управления отдела продаж, их преимущества и недостатки
2	<b>Эффективная презентация товара</b> Рассматриваемые вопросы: - Составление предложения на основе истинных потребностей и психологического типа клиента. - Схема проведения презентации, уменьшающая количество потенциальных возражений. - Презентация в форме диалога. - Преодоление возражений и работа с препятствиями. Виды возражений. - Подготовка к работе с возражениями. - Способы работы с возражениями с учетом психологических особенностей клиента. Как избежать спора.
3	<b>Процесс продаж</b> Рассматриваемые вопросы: -Этапы процесса продаж -Поиск новых клиентов. Источники -Соотношение усилий на поиск новых клиентов и обслуживание имеющихся.
4	<b>Планирование работы службы продаж</b> Рассматриваемые вопросы: - Задачи планирования деятельности службы продаж, их связь с целями организации. - Стратегия продаж - Методы оперативного планирования продаж.
5	<b>Управление персоналом службы продаж</b> Рассматриваемые вопросы: - Определение, корректировка численности персонала. - Мотивация персонала службы продаж и цели продаж
6	<b>Работа с клиентом</b> Рассматриваемые вопросы: - Этапы взаимодействия с клиентом. - Особенности и значение каждого этапа. - Планирование разработки новых клиентов. - Планирование разговора: личная подготовка к контакту, настройка на собеседника. - Планирование личной встречи
7	<b>Информационные каналы, позволяющие установить первичный контакт</b> Рассматриваемые вопросы: - Вербальное и невербальное в общении. - Техника присоединения: подстройка по позе, жестам, словам, голосу. - Управление контактом: схема "ведения" клиента. - Техники активного слушания. - Приемы позитивного выражения своих взглядов.
8	<b>Специфика телефонного контакта.</b> Рассматриваемые вопросы: - Выработка собственного стиля телефонного общения. - Построение первой фразы. Запрещенные фразы. - Скрипты в общении с клиентом по телефону.
9	<b>Ведение переговоров с клиентом</b> Рассматриваемые вопросы: -Выявление потребностей. -Выявление основного интереса клиента. -Виды и предназначение вопросов. -Управление контактом с помощью вопросов.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Подготовка и использование аргументов.</li> <li>-Методики и навыки диалога.</li> </ul>
10	<p><b>Основные психологические типы поведения клиентов</b></p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Выявление потребностей.</li> <li>- Выявление основного интереса клиента.</li> <li>- Виды и предназначение вопросов.</li> <li>- Управление контактом с помощью вопросов.</li> <li>- Подготовка и использование аргументов.</li> <li>- Методики и навыки диалога.</li> <li>- Типы клиентов. Особенности взаимодействия с различными типами клиентов.</li> <li>- Презентация исходя из истинных потребностей клиента.</li> </ul>
11	<p><b>Эффективная работа службы продаж</b></p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ориентированность работы службы продаж на клиентов.</li> <li>- Перспективы Финансы, Кадры, Клиенты, Технологии применительно к деятельности службы продаж.</li> <li>- Показатели эффективности службы продаж.</li> </ul>
12	<p><b>Условия продажи услуги</b></p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Что такое услуга.</li> <li>- Позиционирование услуги.</li> <li>- Услуги для B2B (предприятий) и для физических лиц.</li> <li>- Виды услуг, общее и отличия в продаже услуги и продукта.</li> <li>- Ресурсы для продажи услуги. Персонал по продвижению услуг.</li> <li>- Варианты первичных контактов, в т.ч. по телефону.</li> <li>- Этапы продажи услуги. Построение модели продажи услуг.</li> </ul>
13	<p><b>Тендерные торги. Виды и способы проведения торгов</b></p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Виды тендеров (по способу проведения): открытые, закрытые, двухэтапные.</li> <li>- Способы проведения торгов. Конкурс. Аукцион.</li> <li>- Запрос котировок: Упрощенная процедура для небольших закупок, где побеждает минимальная цена.</li> <li>- Запрос предложений: Изучение рынка и выбор оптимальных условий без жесткой привязки к начальной цене.</li> </ul>
14	<p><b>Процесс тендерных торгов</b></p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Жизненный цикл тендера: планирование и подготовка, ТЗ; публикация, размещение извещения и документации на электронной торговой площадке; прием заявок; проведение торгов; определение победителя - подписание протокола и заключение контракта.</li> <li>- Роли в тендерных торгах. Заказчик. Поставщик (Участник)</li> <li>- Практические навыки и стратегии: для закупок (Buy-side), для продаж.</li> <li>- Юридическая грамотность: изучение законодательной базы ( 44-ФЗ и 223-ФЗ для госзакупок, а также внутренние регламенты для коммерческих тендеров).</li> </ul>
15	<p><b>Управление оптовыми продажами</b></p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Типы и виды оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения</li> <li>- Роль и функции оптовой торговли</li> <li>- Основные виды оптовой торговли</li> <li>- Наиболее значимые оптовые предприятия</li> </ul>

## 4.2. Занятия семинарского типа.

### Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	<b>Показатели эффективности работы отдела продаж</b> В результате выполнения практического задания студент осваивает навык выполнения анализа данных о работе торговой организации и расчета показателей эффективности отдела продаж
2	<b>Стоимостной анализ ассортимента</b> В результате выполнения практического задания студент осваивает навык проводить экономический анализ прибыльности товарных групп ассортимента компании
3	<b>Конкурентоспособность торговой сети</b> результате выполнения практического задания студент осваивает умение оценивать конкурентоспособность торговой сети на основе балльных оценок экспертов
4	<b>Коммуникации в управлении торговой организацией</b> В результате работы на практическом занятии студент приобретает умение обосновывать необходимость формальных и неформальных коммуникаций в управлении торговой организацией
5	<b>Претензионная и рекламационная работа</b> В результате работы на практическом занятии студент изучает особенности и содержание претензий и рекламаций, причины возникновения претензий при закупках и выполнении договоров
6	<b>Планирование численности торгового персонала</b> В результате выполнения практического задания студент учится выполнять расчеты численности работников службы продаж
7	<b>Планирование варианта организации продаж продукции компании</b> В результате работы на практическом занятии студент выполняет обоснование варианта организации сбыта продукции компании на основе оценки издержек на сбыт
8	<b>Планирование продаж</b> В результате выполнения практического задания студент осваивает навык оперативного планирования объемов продаж менеджером по продажам по количеству сделок
9	<b>Успешное ведение переговоров</b> В результате работы на практическом занятии студент осваивает методы успешного ведения коммерческих переговоров
10	<b>Успешное установление контакта с потребителем</b> В результате работы на практическом занятии студент получает навыки применения основных правил установления контакта с потребителем и подстройки к потребителю
11	<b>Методы активного слушания</b> В результате выполнения практического задания студент осваивает приемы активного слушания и поддержания диалога с клиентом
12	<b>Ведение диалога</b> В результате работы на практическом занятии студент вырабатывает умение построения диалога с клиентом на основе воронки продаж и вопросных техник
13	<b>Работа с возражениями</b> В результате разбора на практическом занятии ситуационных задач студент знакомится с приемами работы с возражениями клиента
14	<b>Невербальные коммуникации</b> В результате работы на практическом занятии у студента формируется умение интерпретации жестов и поз собеседника, глазного контакта

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
15	Методы саморегуляции при ведении переговоров В результате выполнения практического задания студент знакомится с техниками телесно-психологической саморегуляции
16	Законодательная база для проведения тендерных торгов В результате выполнения практического задания на занятии студенты овладевают знаниями федеральных законов. Определяющие требования и порядок проведения тендерных торгов в РФ

#### 4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Работа с лекционным материалом
2	Работа с литературой
3	Подготовка к промежуточной аттестации.
4	Подготовка к текущему контролю.

#### 5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Литовская Ю. В. Управление продажами: учебное пособие / Ю.В. Литовская // Издательство: Магнитогорский государственный технический университет имени Г.И. Носова, 2022. – 87 с. - ISBN 978-5-9967-2501-4	<a href="https://reader.lanbook.com/book/432779">https://reader.lanbook.com/book/432779</a> (дата обращения: 02.06.2026). - Текст : электронный.
2	Гутникова, О. Н. Организация и технология торговой деятельности : учебник для вузов / О. Н. Гутникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 250 с. — ISBN 978-5-534-20932-7.	<a href="https://urait.ru/bcode/589985">https://urait.ru/bcode/589985</a> (дата обращения: 02.06.2026). - Текст : электронный
3	Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебник для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 222 с. — ISBN 978-5-534-12663-1.	<a href="https://urait.ru/bcode/587036">https://urait.ru/bcode/587036</a> (дата обращения: 02.06.2026). - Текст : электронный
4	Азарян Е. М., Мелентьева О. В., Княжевский И. И. Управление продажами в торговле: учеб. пособие // Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, 2025. – 204 с. – ISBN 978-5-908031-12-7	<a href="https://e.lanbook.com/book/512825">https://e.lanbook.com/book/512825</a> (дата обращения: 02.06.2026). - Текст : электронный

5	Михайлова О. П., Шлифер Е. В. Управление продажами на промышленном предприятии: учебное пособие. // Оренбургский государственный университет, 2023. -132 с. – ISBN 978-5-7410-3083-7	<a href="https://e.lanbook.com/book/503103">https://e.lanbook.com/book/503103</a> (дата обращения: 02.06.2026). - Текст : электронный.
---	--	---

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (<https://www.miit.ru/>).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (<http://library.miit.ru>).

Образовательная платформа «Юрайт» (<https://urait.ru/>).

Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант».

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Интернет-браузер - программа для просмотра веб-страниц (Яндекс. Браузер и др.).

Операционная система Microsoft Windows.

Офисный пакет приложений Microsoft Office

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения всех аудиторных занятий лекций и практик необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой

9. Форма промежуточной аттестации:

Экзамен в 6 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, доцент, к.н. кафедры  
«Экономика и управление на  
транспорте»

Е.А. Иванова

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической  
комиссии

М.В. Ишханян