

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



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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Управление продажами

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: И.о. заведующего кафедрой Данилина Мария
Геннадьевна
Дата: 18.04.2023

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-4 - Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;

ПК-4 - Способен управлять элементами комплекса маркетинга в цифровой среде для решения профессиональных задач, исходя из сложившейся конъюнктуры рынка.

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

Знать:

способы организации каналов сбыта;
основные структуры управления службы продаж;
типы продаж;
виды мотивации торгового персонала
основы визуализации при обосновании управленческих решений.

Уметь:

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

Владеть:

методами личных продаж;
навыками работы с возражениями;
приемами успешного ведения переговоров.

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	Сем. №7
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. - Структурирование работы отдела продаж. Виды структур управления отдела продаж, их преимущества и недостатки
2	Эффективная презентация товара 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	Процесс продаж Рассматриваемые вопросы: - Этапы процесса продаж - Поиск новых клиентов. Источники - Соотношение усилий на поиск новых клиентов и обслуживание имеющихся.
4	Планирование работы службы продаж Рассматриваемые вопросы: - Задачи планирования деятельности службы продаж, их связь с целями организации. - Стратегия продаж - Методы оперативного планирования продаж.
5	Управление персоналом службы продаж Рассматриваемые вопросы: - Определение, корректировка численности персонала. - Мотивация персонала службы продаж и цели продаж
6	Работа с клиентом 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	Информационные каналы, позволяющие установить первичный контакт 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	Специфика телефонного контакта. Рассматриваемые вопросы: - Выработка собственного стиля телефонного общения. - Построение первой фразы. Запрещенные фразы. - Скрипты в общении с клиентом по телефону.
9	Ведение переговоров с клиентом Рассматриваемые вопросы:

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<ul style="list-style-type: none"> -Выявление потребностей. -Выявление основного интереса клиента. -Виды и предназначение вопросов. -Управление контактом с помощью вопросов. -Подготовка и использование аргументов. -Методики и навыки диалога.
10	<p>Основные психологические типы поведения клиентов</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Выявление потребностей. - Выявление основного интереса клиента. - Виды и предназначение вопросов. - Управление контактом с помощью вопросов. - Подготовка и использование аргументов. - Методики и навыки диалога. - Типы клиентов. Особенности взаимодействия с различными типами клиентов. - Презентация исходя из истинных потребностей клиента.
11	<p>Эффективная работа службы продаж</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ориентированность работы службы продаж на клиентов. - Перспективы Финансы, Кадры, Клиенты, Технологии применительно к деятельности службы продаж. - Показатели эффективности службы продаж.
12	<p>Условия продажи услуги</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Что такое услуга. - Позиционирование услуги. - Услуги для B2B (предприятий) и для физических лиц. - Виды услуг, общее и отличия в продаже услуги и продукта. - Ресурсы для продажи услуги. Персонал по продвижению услуг. - Варианты первичных контактов, в т.ч. по телефону. - Этапы продажи услуги. Построение модели продажи услуг.
13	<p>Управление оптовыми продажами</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Типы и виды оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения - Роль и функции оптовой торговли - Основные виды оптовой торговли - Наиболее значимые оптовые предприятия

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	<p>Показатели эффективности работы отдела продаж</p> <p>В результате выполнения практического задания студент осваивает навык выполнения анализа данных о работе торговой организации и расчета показателей эффективности отдела продаж</p>
2	<p>Стратегия клиентоориентированности компании</p> <p>В результате выполнения практического задания студент осваивает умение проводить оценку эффективности стратегии нацеленности на клиента</p>

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

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	Иванова, Е. А. Управление продажами : учебно-методическое пособие / Е. А. Иванова, В. А. Шлеин. — Москва : РУТ (МИИТ), 2020. — 58 с. ISBN 978-5-534-13048-5	https://e.lanbook.com/book/175973 (Дата обращения 27.02.2023). – Текст: электронный.
2	Бузукова, Е. А. Управление ассортиментом и основы категорийного менеджмента : учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Бузукова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 181 с.— ISBN 978-5-534-15602-7.	https://urait.ru/bcode/520552 (дата обращения: 27.02.2023).– Текст: электронный.
3	Пахомова Н. Г. Организация деятельности торгового предприятия: оптовая торговля: учебное пособие // Липецкий государственный технический университет, 2021. – 89 с. - 978-5-00175-069-7	https://e.lanbook.com/book/216089 (Дата обращения 27.02.2023) . – Текст: электронный.
4	Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 222 с. - ISBN 978-5-534-12663-1.	https://urait.ru/bcode/517296 (дата обращения: 27.02.2023) . – 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:

Зачет в 7 семестре.

10. Оценочные материалы.

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

Авторы:

Е.А. Иванова

Согласовано:

и.о. заведующего кафедрой ЭУТ

М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян