

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
38.03.06 Торговое дело,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Управление продажами

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль): Маркетинг

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: 2575
Подписал: заведующий кафедрой Терешина Наталья
Петровна
Дата: 08.02.2022

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 предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;

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. №6
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	60	60
В том числе:		
Занятия лекционного типа	30	30
Занятия семинарского типа	30	30

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 84 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

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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	<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.
3	<p>Планирование работы службы продаж</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Задачи планирования деятельности службы продаж, их связь с целями организации. - Стратегия продаж - Методы оперативного планирования продаж.
4	<p>Управление персоналом службы продаж</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определение, корректировка численности персонала. - Мотивация персонала службы продаж и цели продаж
5	<p>Работа с клиентом</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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
6	<p>Информационные каналы, позволяющие установить первичный контакт</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
7	<p>Специфика телефонного контакта.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Выработка собственного стиля телефонного общения. - Построение первой фразы. Запрещенные фразы. - Скрипты в общении с клиентом по телефону.
8	<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.
9	<p>Эффективная презентация товара</p>

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
10	<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.

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>
3	<p>Конкурентоспособность торговой сети</p> <p>в результате выполнения практического задания студент осваивает умение оценивать конкурентоспособность торговой сети на основе балльных оценок экспертов</p>
4	<p>Коммуникации в управлении торговой организацией</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент приобретает умение обосновывать необходимость формальных и неформальных коммуникаций в управлении торговой организацией</p>
5	<p>Претензионная и рекламационная работа</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент изучает особенности и содержание претензий и рекламаций, причины возникновения претензий при закупках и выполнении договоров</p>
6	<p>Планирование численности торгового персонала</p> <p>В результате выполнения практического задания студент учится выполнять расчеты численности работников службы продаж</p>
7	<p>Планирование варианта организации продаж продукции компании</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент выполняет обоснование варианта организации сбыта продукции компании на основе оценки издержек на сбыт</p>
8	<p>Планирование продаж</p> <p>В результате выполнения практического задания студент осваивает навык оперативного планирования объемов продаж менеджером по продажам по количеству сделок</p>
9	<p>Успешное ведение переговоров</p>

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	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	Подготовка к практическим занятиям Подготовка к практическим занятиям Работа с лекционным материалом Работа с литературой
2	Работа с лекционным материалом
3	Работа с литературой
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	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, 2024. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1	https://urait.ru/bcode/541700 (дата обращения: 22.03.2024).— Текст : электронный
2	Коммерческая деятельность : учебник и практикум для	https://urait.ru/bcode/535957

вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 394 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16955-3.	(дата обращения: 22.03.2024). — 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/>.

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: <https://www.elibrary.ru/>.

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

Федеральная служба государственной статистики: <https://rosstat.gov.ru/>

Министерство экономического развития Российской Федерации: <https://www.economy.gov.ru>

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 (например, Яндекс.Браузер)

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:

Е.А. Иванова

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

Н.П. Терешина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян