

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: 01.06.2021

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-3 - Способен использовать современные инструменты визуализации при обосновании управленческих решений, с учетом цифровых трансформаций бизнеса.

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 | <p>1. Организация работы отдела продаж</p> <p>1.1. Целеполагание создания отдела исходя из миссии компании. Среднесрочные и краткосрочные цели. Структурирование работы отдела продаж.</p> <p>Определение, корректировка численности персонала. 1.2. Структура продажи.</p> <p>Структура продаж и ее эффективность. Виды структур, их преимущества и недостатки. Цели при формировании структуры продаж. Показатели эффективности службы продаж.</p> |
| 2 | <p>2. Работа с клиентом.</p> <p>2.1 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.</p> <p>2.2. Информационные каналы, позволяющие установить первичный контакт, 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. Специфика телефонного контакта. Выработка собственного стиля телефонного общения. Построение первой фразы.</p> <p>2.3. Основные психологические типы поведения клиентов</p> <p>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.</p> <p>2.4. Эффективная презентация товара</p> <p>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. Схема, позволяющая отличать объективные возражения и отговорки. Подготовка к работе с возражениями. Способы работы с возражениями с учетом психологических особенностей клиента. Как избежать спора. Правила презентации.</p> |
| 3 | <p>3. Условия продажи услуги</p> <p>3.1. Что такое услуга. Позиционирование услуги. Услуги для B2B (предприятий) и для физических лиц. Виды услуг, общее и отличия в продаже услуги и продукта.</p> <p>Ресурсы для продажи услуги. Персонал по продвижению услуг. Варианты первичных контактов, в т.ч. по телефону. Этапы продажи услуги. Построение модели продажи услуг.</p> |

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

| № п/п | Тематика практических занятий/краткое содержание |
|-------|--|
| 1 | <p>1. Проектирование работы отдела продаж. Анализ ситуационных заданий</p> <p>2. Разбор основных правил установления контакта с потребителем. Составление программы работы с потребителем и его претензиями</p> |
| 2 | <p>3. Анализ основных составляющих процесса презентации. Презентация товара или услуги</p> <p>4. Анализ процесса предоставления услуги. Составляющие сервисной программы</p> <p>5. Эффективное ведение переговоров</p> <p>6. Анализ основных правил применения мерчандайзинга, размещения рекламных материалов. Мерчандайзинг розничного магазина.</p> |

| № п/п | Тематика практических занятий/краткое содержание |
|-------|--|
| | Анализ показателей оценки работы службы продаж |
| 3 | 7.Исследуетсяование специфики работы оптовой компании. |

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

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

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

| № п/п | Библиографическое описание | Место доступа |
|-------|--|--|
| 1 | Управление продажами Лукич Р.М. Учебное пособие Издательство "Альпина Паблишер" , 2016 | НТБ РУТ (МИИТ), ЭБС "Лань", https://e.lanbook.com/reader/book/95204/#1 |
| 2 | Всё об управлении продажами Олейник К., Иванова С., Болдогоев Д. Учебное пособие Издательство "Альпина Паблишер" , 2016 | НТБ РУТ (МИИТ), ЭБС "Лань", https://e.lanbook.com/reader/book/95623/#1 |
| 1 | Реклама в местах продаж Т. Б. Кольшкшина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. Учебное пособие Москва : Издательство Юрайт , 2021 | НТБ РУТ (МИИТ), ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/475203 |

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

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

Федеральная служба государственной статистики <https://www.gks.ru>

Электронная библиотечная система «Юрайт», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ)) <https://www.biblio-online.ru>

Электронно-библиотечная система «Лань», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ) <http://e.lanbook.com>

ЭБС book.ru – доступ для преподавателей и студентов РУТ(МИИТ)

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

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