

**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: заведующий кафедрой Данилина Мария  
Геннадьевна  
Дата: 09.06.2024

## 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	Семестр №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.

№ 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: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Составление предложения на основе истинных потребностей и психологического типа клиента.</li> <li>- Схема проведения презентации, уменьшающая количество потенциальных возражений.</li> <li>- Презентация в форме диалога.</li> <li>- Преодоление возражений и работа с препятствиями. Виды возражений.</li> <li>- Подготовка к работе с возражениями.</li> <li>- Способы работы с возражениями с учетом психологических особенностей клиента. Как избежать спора.</li> </ul>
3	<b>Процесс продаж</b> Рассматриваемые вопросы: <ul style="list-style-type: none"> <li>-Этапы процесса продаж</li> <li>-Поиск новых клиентов. Источники</li> <li>-Соотношение усилий на поиск новых клиентов и обслуживание имеющихся.</li> </ul>
4	<b>Планирование работы службы продаж</b> Рассматриваемые вопросы: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Задачи планирования деятельности службы продаж, их связь с целями организации.</li> <li>- Стратегия продаж</li> <li>- Методы оперативного планирования продаж.</li> </ul>
5	<b>Управление персоналом службы продаж</b> Рассматриваемые вопросы: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Определение, корректировка численности персонала.</li> <li>- Мотивация персонала службы продаж и цели продаж</li> </ul>
6	<b>Работа с клиентом</b> Рассматриваемые вопросы: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Этапы взаимодействия с клиентом.</li> <li>- Особенности и значение каждого этапа.</li> <li>- Планирование разработки новых клиентов.</li> <li>- Планирование разговора: личная подготовка к контакту, настройка на собеседника.</li> <li>- Планирование личной встречи</li> </ul>
7	<b>Информационные каналы, позволяющие установить первичный контакт</b> Рассматриваемые вопросы: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Вербальное и невербальное в общении.</li> <li>- Техника присоединения: подстройка по позе, жестам, словам, голосу.</li> <li>- Управление контактом: схема "ведения" клиента.</li> <li>- Техники активного слушания.</li> <li>- Приемы позитивного выражения своих взглядов.</li> </ul>
8	<b>Специфика телефонного контакта.</b> Рассматриваемые вопросы: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Выработка собственного стиля телефонного общения.</li> <li>- Построение первой фразы. Запрещенные фразы.</li> <li>- Скрипты в общении с клиентом по телефону.</li> </ul>
9	<b>Ведение переговоров с клиентом</b> Рассматриваемые вопросы: <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> </ul>

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	-Подготовка и использование аргументов. -Методики и навыки диалога.
10	<b>Основные психологические типы поведения клиентов</b> Рассматриваемые вопросы: - 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	<b>Эффективная работа службы продаж</b> Рассматриваемые вопросы: - Ориентированность работы службы продаж на клиентов. - Перспективы Финансы, Кадры, Клиенты, Технологии применительно к деятельности службы продаж. -Показатели эффективности службы продаж.
12	<b>Условия продажи услуги</b> Рассматриваемые вопросы: - 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	<b>Управление оптовыми продажами</b> Рассматриваемые вопросы: - 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	<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>Стратегия клиентоориентированности компании</b> В результате выполнения практического задания студент осваивает умение проводить оценку эффективности стратегии нацеленности на клиента
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>

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	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
15	<b>Методы саморегуляции при ведении переговоров</b> 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	<a href="https://e.lanbook.com/book/175973">https://e.lanbook.com/book/175973</a> (Дата обращения 20.05.2024). – 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.	<a href="https://urait.ru/bcode/520552">https://urait.ru/bcode/520552</a> (дата обращения: 20.05.2024).– 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	<a href="https://e.lanbook.com/book/216089">https://e.lanbook.com/book/216089</a> (Дата обращения 20.05.2024) . – Текст: электронный.
4	Кольшкіна, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшкіна, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 222 с. - ISBN 978-5-534-12663-1.	<a href="https://urait.ru/bcode/517296">https://urait.ru/bcode/517296</a> (дата обращения: 20.05.2024) . – 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/>).

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:

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

Е.А. Иванова

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ  
Председатель учебно-методической  
комиссии

М.Г. Данилина

М.В. Ишханян