

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.В.01
(индекс дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Управление продажами

(наименование дисциплины)

по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент

направленность (профиль)
Предпринимательство

Форма обучения: заочная

Год набора: 2021

Общая трудоемкость: 6 ЗЕ

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	8	Итого
Форма контроля	экзамен	
Вид занятий		
Лекции	4	4
Лабораторные		
Практические	8	8
Руководство: курсовые работы (проекты) / РГР		
Промежуточная аттестация	0,35	0,35
Контактная работа	12,35	12,35
Самостоятельная работа	195	195
Контроль	8,65	8,65
Итого	216	216

Рабочую программу составил(и):

доцент, доцент, канд. экон. наук Сярдова О.М.

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рецензирование рабочей программы дисциплины:

☐

*

Отсутствует

☐

Рецензент

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рабочая программа дисциплины составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент

Срок действия рабочей программы дисциплины до «31» августа 2026 г.

УТВЕРЖДЕНО

на заседании департамента предпринимательства

(протокол заседания № 1 от «28» августа 2020 г.).

1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов базовых знаний по предмету, изучение основных понятий, подходов к оптимизации управления продажами для обеспечения своевременного, ритмичного и экономичного развития организации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплины и практики, на освоении которых базируется данная дисциплина: «Исследования рынка».

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: «Управление закупками», «Производственная практика (преддипломная практика)».

3. Планируемые результаты обучения

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
ПК-2. Способен принимать управленческие решения на основе разработанных сценариев реализации проекта в зависимости от различных условий внутренней и внешней среды	ПК-2.1. Способность владеть методами принятия решений в управлении проектами	Знать: методы принятия решений в управлении проектами
		Уметь: использовать методы принятия решений в управлении проектами
		Владеть: методами принятия решений в управлении проектами

4. Структура и содержание дисциплины

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
Модуль 1. Эффективные продажи: результат или процесс	Лек	Что такое продажи и зачем они нужны	8	2	6	-	Промежуточное тестирование 1
	Пр	Soft skills успешного менеджера по продажам	8	2	-	-	Задание, проверяемое вручную
	Лек	Универсальная схема продаж 5.0	8	2	6	-	Промежуточное тестирование 2
	Пр	SPIN-продажи	8	2	-	-	Задание, проверяемое вручную
	Ср	Дополнительные техники продаж	8	10	6	-	Промежуточное тестирование 3
	Ср	Работа с возражениями	8	10	6	-	Промежуточное тестирование 4
	Ср	Скрипты продаж	8	10	-	-	-
Модуль 2. Собери своего клиента	Пр	Как понять, кто твой клиент	8	2	-	-	Задание, проверяемое вручную
	Пр	Модель AIDA	8	2	-	-	Задание, проверяемое вручную
	Ср	Методы стимулирования B2B, B2C, B2G	8	10	6	-	Промежуточное тестирование 5

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
	Ср	Управление клиентской базой CRM-систем	8	10	-	-	-
	Ср	АВС-анализ потребителей. BCG-матрица потребителей	8	10	-	-	-
	Ср	Лидогенерация и её методы	8	10	6	-	Промежуточное тестирование 6
	Ср	Работа с успешным «любимым» клиентом	8	10	-	-	-
Модуль 3. Показатели продаж	Ср	Стратегия продаж по территории, категории, бренду	8	10	6	-	Промежуточное тестирование 7
	Ср	Построение системы продаж на интересных территориях	8	10	6	-	Промежуточное тестирование 8
	Ср	Показатели продаж или откуда берётся прибыль	8	10	-	-	-
	Ср	Как помочь менеджеру по продажам	8	10	-	-	-
Модуль 4. Управление отделом продаж	Ср	Построение результативного отдела продаж. SMART-отдел	8	10	6	-	Промежуточное тестирование 9
	Ср	Мотивация, увеличение продуктивности продавцов	8	10	-	-	-
	Ср	Сформируй свою идеальную команду	8	10	-	-	-
	Ср	Личная эффективность сотрудника отдела продаж	8	10	6	-	Промежуточное тестирование 10
Модуль 5.	Ср	Применение ERP-систем продаж	8	20	-	-	-

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
Контроль и прогнозирование продаж	Ср	Методы анализа, планирования, прогнозирования продаж .Адекватный или неадекватный план продаж для компании	8	15	-	-	-
Промежуточная аттестация	ПА		8	0,35	-	-	-
Контроль		Экзамен	8	8,65	40	-	Вопросы к экзамену
Итого:				216	100		

5. Образовательные технологии

С целью формирования компетенций у студентов в учебном процессе используются дистанционные образовательные технологии.

6. Методические указания по освоению дисциплины

Дисциплина подразумевает аудио-/видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме, а также выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарии в заданиях.

Самостоятельная работа способствует формированию аналитического и творческого мышления, совершенствует способы организации учебной деятельности, воспитывает целеустремленность, систематичность и последовательность в работе студентов, развивает у них навык завершать начатую работу.

Виды самостоятельной работы студентов:

1. Самостоятельное изучение материалов электронного учебника с разделением на лекции и с тестами для самоконтроля по каждой лекции, анализ поведения обучающихся при помощи LRS-системы и Experience API, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга

2. Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости.

3. Самостоятельное тестирование по банку тестовых заданий, анализ поведения тестирующихся при помощи LRS-системы и Experience API, контроль смены IP-адресов, удаленная аутентификация при помощи распознавания лиц, анализ текущей успеваемости.

4. Самостоятельная работа студентов, прежде всего, заключается в изучении литературы, дополняющей материал, излагаемый в лекционной части курса. Необходимо овладеть навыками библиографического поиска, в том числе в сетевых Интернет-ресурсах, научиться сопоставлять различные точки зрения и определять методы исследований.

Изучение теоретического материала определяется рабочей учебной программой дисциплины, включенными в нее календарным планом изучения дисциплины и перечнем литературы; рекомендуется при подготовке к занятиям повторить материал предшествующих тем рабочего учебного плана, а также материал предшествующих учебных дисциплин, который служит базой изучаемого раздела данной дисциплины.

При подготовке к практическому занятию необходимо изучить материалы лекции, рекомендованную литературу. Изученный материал следует проанализировать в соответствии с планом занятия, затем проверить степень усвоения содержания вопросов.

При подготовке к экзамену следует руководствоваться перечнем вопросов для подготовки к итоговому контролю по курсу. При этом необходимо уяснить суть основных понятий дисциплины.

В качестве необходимых материально-технических ресурсов применяется LMS-система на основе Moodle, компьютер, либо планшет, либо смартфон.

7. Оценочные средства

7.1. Паспорт оценочных средств

Семестр	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
8	ПК-2.	<i>Вопросы к зачету №1-50 Задания, проверяемые вручную Промежуточное тестирование 1-10</i>

7.2. Типовые задания или иные материалы, необходимые для текущего контроля

7.2.1. Тестовые задания (наименование оценочного средства)

Типовые примеры заданий (Промежуточные тестирования)

1. Что представляют собой холодные продажи?

- а) это продажи, которые не принесли продавцу прибыли
- б) это продажи, которые осуществляются в холодных регионах страны
- в) это звонки или письма человеку, которого вы не знаете, с целью предложить ему товар или услугу
- г) это продажи, которые осуществляются только в холодное время года

2. На каком основном принципе основаны конвейерные продажи?

- а) процесс продаж разделяется на несколько отдельных этапов, но за каждый из которых отвечает один специалист
- б) продажи должны быть организованы так, чтобы деятельность отдела продаж напоминала конвейер, при этом процесс продаж разделяется на несколько отдельных этапов, за каждый из которых отвечают разные специалисты
- в) продажи должны быть организованы так, чтобы деятельность отдела продаж напоминала конвейер, при этом процесс продаж разделяется на несколько отдельных этапов, но за каждый из которых отвечает один специалист
- г) продажи должны быть организованы так, чтобы деятельность отдела продаж представляла собой сложную систему, при этом процесс продаж разделяется на несколько отдельных этапов, но за каждый из которых отвечают максимум два специалиста

3. Виды продаж, когда продавец вступает в прямой диалог с покупателем, обсуждая качество товара и договариваясь о сделке, это ...

- а) прямые продажи
- б) дистрибутивные продажи
- в) это горячие продажи

г) простые продажи

4. Что из нижеперечисленного относится к элементам личной эффективности менеджера по продажам?

- а) целеполагание, планирование, самоконтроль, стоворчивость, уживчивость, умение общаться с людьми
- б) целеполагание, планирование, самоконтроль, умение общаться с людьми
- в) целеполагание, планирование, прогнозирование, самоконтроль, умение уживаться с руководством организации/компании
- г) планирование, прогнозирование, самооценка, самоконтроль, стоворчивость

5. Какой из представленных ниже вопросов относится к ситуационным вопросам?

- а) Какой объем запасов вы храните на складе?
- б) Есть ли у вас проблемы с неподтвержденными заказами на какой-либо товар?
- в) Вас беспокоит серьезная конкуренция со стороны мелких субподрядчиков?
- г) Беспокоит ли вас, что увеличение частоты использования может повысить ваши затраты на обслуживание?
- д) Довольны ли вы своей системой пополнения товаров?

6. Какой из представленных ниже вопросов относится к проблемным вопросам?

- а) Какой объем запасов вы храните на складе?
- б) Довольны ли вы своей системой пополнения товаров?
- в) Какой объем запасов вы храните на складе?
- г) Прав ли я, предполагая, что вы столкнулись с серьезной конкуренцией в лице мелких субподрядчиков?
- д) Численность сотрудников, для которых изменился план льгот, соответствует вашим первоначальным прогнозам?

7. Какой из представленных ниже вопросов относится к извлекающим вопросам?

- а) Есть ли у вас проблемы с повторными продажами?
- б) Что произойдет, если показатели продаж так и не вырастут?
- в) Вы согласны с тем, что наша система позволит вам решить проблему низкой конверсии?
- г) Какая у вашего интернет-магазина посещаемость?

8. Как называется техника, при которой предлагается использовать ваш сервис в течение 14 дней бесплатно?

- а) Гибкие продажи
- б) «От большого к малому»
- в) Показ результата или «Тест-драйв»
- г) «Обращение к тщеславию»
- д) Запугивание

9. В какой из перечисленных техник продаж акцент делается на качество, а не на количество?

- а) Челлендж продажи
- б) SNAP-продажи
- в) Концептуальные продажи
- г) Гибкие продажи

10. Какая из перечисленных техник включает в себя следующие три этапа: обучение, адаптация, контроль?

- а) Челлендж продажи
- б) SNAP-продажи
- в) Концептуальные продажи
- г) Гибкие продажи
- д) «От большого к малому»

Критерии оценки:

Максимально можно набрать 60 баллов, ответив правильно на вопросы промежуточных тестов. Баллы начисляются автоматически, пропорционально правильным ответам.

7.2.2. Задания, проверяемые вручную

(наименование оценочного средства)

Кейс-задания

Ситуация:

Продавец – сотрудник НПФ (негосударственный пенсионный фонд).

Цель - продажа полиса/ заключение договора НПФ при личной встрече

Диалог:

Продавец: «Добрый день, с фонда пенсионного страхования вас беспокоят. Скажите, к вам приходили с пенсионного фонда?» (**ситуационный вопрос!**)

Клиент: «Да, но я уже состою в НПФ»

Продавец: «Если не секрет, то в каком?»

Клиент: «Точно не могу сказать, это было в другом городе, это был какой-то местный»

Продавец: «То есть филиалов в нашем городе нет?» (**проблемный вопрос!**)

Клиент: «Нет»

Продавец: «То есть, если возникнут вопросы, то трудно будет найти филиал?» (**извлекающий вопрос!**)

Клиент: «Да»

Продавец: «Скажите, что нужно сделать в этой ситуации?» (**направляющий вопрос!**)

Клиент: «Нужно сменить фонд»

Продавец: «Совершенно верно, тем более программа потребуется лишь...»

Вся сделка заняла пару минут. **Сопровижения и возражений со стороны клиента не было.** Продавец не пытался что-либо навязать. Он воспользовался осведомленностью клиента, выявил возможную проблему, указали на ее важность и направил ход мыслей на решение проблемы с помощью своего продукта.

Задание

Составьте собственный диалог по технологии SPIN по продаже вашего продукта при личной встрече.

Процедура оценивания:

1. Проверить соответствие решения сформулированным в кейсе заданиям
2. Оценить обоснованность предложенного решения, наличие альтернативных вариантов.
3. Оценить оригинальность подхода к решению кейса.
4. Написать рекомендации по результатам выполненной работы.

5.Выставить результаты оценки.

Критерии оценки:

Зачтено:

- студент проявил творческие способности в понимании, изложении и практическом применении учебно-программного материала;
- студент продемонстрировал навыки системного анализа общих тенденций и конкретных ситуаций.

Не зачтено:

- студент допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных в кейс-задаче заданий;
- студент решает практические вопросы с большими затруднениями, не справляется с ними самостоятельно.

7.3.Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.3.1. Вопросы к промежуточной аттестации

Семестр 8

№ п/п	Вопросы к экзамену
1.	Что такое продажи и зачем они нужны
2.	Soft skills успешного менеджера по продажам
3.	Универсальная схема продаж 5.0
4.	SPIN-продажи
5.	Дополнительные техники продаж
6.	Технологии изменения системы продаж
7.	Работа с возражениями
8.	Скрипты продаж
9.	Как понять, кто твой клиент
10.	Модель AIDA
11.	Методы стимулирования B2B
12.	Управление клиентской базой CRM-систем
13.	ABC-анализ потребителей.
14.	Лидогенерация
15.	Работа с успешным «любимым» клиентом
16.	Как понять, кто твой клиент
17.	Методы стимулирования B2C
18.	Методы стимулирования B2G.
19.	Цена акции
20.	Скидки
21.	Методы лидогенерации
22.	Стратегия продаж по территории
23.	BCG-матрица потребителей
24.	Стратегия продаж по категории
25.	Стратегия продаж по бренду

26.	Построение системы продаж на интересных территориях
27.	Показатели продаж или откуда берётся прибыль
28.	Ценообразование в продажах
29.	Как помочь менеджеру по продажам
30.	Отдел продаж
31.	Построение результативного отдела продаж
32.	SMART-отдел
33.	Мотивация, увеличение продуктивности продавцов
34.	Пример мотивационных систем
35.	Разработка и внедрение системы KPI
36.	Сформируй свою идеальную команду
37.	Личная эффективность сотрудника отдела продаж
38.	План на день, неделю, месяц
39.	Применение ERP-систем продаж
40.	Методы анализа продаж
41.	Методы планирования продаж
42.	Методы прогнозирования продаж
43.	Адекватный или неадекватный план продаж для компании
44.	К чему приводит неэффективный план продаж
45.	Контроль продаж
46.	Сезонность в продажах
47.	Дистрибьютерский договор
48.	Дилерский договор
49.	Агентский договор
50.	Личная эффективность сотрудника отдела продаж

7.3.2. Критерии и нормы оценки

7.3.2. Критерии и нормы оценки

Семестр	Форма проведения промежуточной аттестации	Критерии и нормы оценки	
8	экзамен (по накопительному рейтингу)	«отлично»	80-100 баллов
		«хорошо»	60-79 баллов
		«удовлетворительно»	40-59 баллов
		«неудовлетворительно»	0-39 баллов

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Обязательная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Кузнецов И.Н.	Управление продажами	учебно-практическое пособие	2018	ЭБС «Znanium.com»
2	Голова А. Г.	Управление продажами	учебник	2020	ЭБС «Znanium.com»
3	Джоббер Д.	Продажи и управление продажами	учебное пособие	2017	ЭБС «Iprbooks»
4	Панова А. К.	Планирование и эффективная организация продаж : практ. пособие	практ. пособие	2021	ЭБС «Iprbooks»

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Гусарова, В.	Управление продажами на территории: Теоретические основы и практические рекомендации	учебное пособие	2016	ЭБС «Znanium.com»

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

- Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» // [Электронный ресурс] сайт -Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru>;
- Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>;
- Каталог учебников, оборудования, электронных ресурсов [Электронный ресурс]: сайт. - Режим доступа: <http://ndce.edu.ru>;
- Университетская информационная система «Россия»: ресурсы и сервисы для экономических и социальных исследований, учебных программ и государственного управления [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru/is4/main.jsp>;
- Журнал «Вопросы экономики» // [Электронный ресурс]: сайт. - Режим доступа: <http://www.vopreco.ru>.
- Scopus[Электронный ресурс] : реферативная база данных. – Netherlands: Elsevier, 2004– . – Режим доступа : scopus.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Elibrary[Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Москва : НЭБ, 2000– . – Режим доступа : elibrary.ru. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

8.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно
2	Office Standart	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно; Договор № 727 от 20.07.2016г., срок действия - бессрочно

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
1	Аудитория веб-конференций. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации (УЛК-807).	Экран телевизионный, ширма, проектор на штативе. стол преподавательский, стул преподавательский, транспарант-перетяжка, системный блок .
2	Аудитория вебконференций. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. (УЛК-810)	Экран телевизионный, ширма, проектор на штативе. стол преподавательский, стул преподавательский, транспарант-перетяжка, системный блок .
3	Помещение для самостоятельной работы студентов (Г-401)	-