

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1164286	Методы и практики продаж

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Маркетинг и логистика в коммерции	Код ОП 1. 38.03.06/33.01
Направление подготовки 1. Торговое дело	Код направления и уровня подготовки 1. 38.03.06

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Никитина Наталья Юрьевна	кандидат экономических наук, без ученого звания	Доцент	региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности
2	Царева Светлана Владимировна	кандидат наук, доцент	Доцент	региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ **Методы и практики продаж**

1.1. Аннотация содержания модуля

Цель изучения модуля: -овладение студентами теоретическими знаниями в области организации торгово-технологической деятельности; -освоение знаний об основах организации продаж; -закрепление навыков проведению исследования среды организации при организации продаж; -закрепление навыков выбора местоположения предприятия; -закрепление навыков организации процесса управления продажами; -формирование знаний о методах оценки эффективности организации продаж.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Методы и практики продаж	3
ИТОГО по модулю:		3

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Методы и практики продаж	ПК-1 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических профессиональных задач	З-1 - Методы сбора, обработки и анализа данных У-1 - Применять методы сбора, обработки и анализа данных П-1 - Владеть основными методами сбора и анализа данных П-2 - Способен решать оперативные и тактические профессиональные задачи

	<p>ПК-2 - Способен управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству</p>	<p>З-1 - Знать классификацию ассортимента, видов дефектов и специфику формирования товарного ассортимента</p> <p>З-2 - Знать перечень методов и инструментов контроля и управления качеством товаров и услуг, подходы к организации работы в области качества на предприятии, содержание стандартов серии ИСО 9000</p> <p>У-1 - Уметь работать с нормативными документами, регламентирующими ассортимент и показатели товара и услуг по качеству и количеству</p> <p>У-2 - Уметь обеспечивать необходимый уровень качества товаров и услуг и их сохранение</p> <p>П-1 - Владеть методами и инструментами контроля и управления качеством товаров и услуг, подходами к организации работы в области качества на предприятии</p>
	<p>ПК-5 - Способен участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической)</p>	<p>З-1 - Знать основные понятия методы и средства реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической)</p> <p>У-1 - Уметь осуществлять разработку проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической)</p> <p>П-1 - Владеть навыками в осуществлении разработке и реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической)</p>
	<p>ПК-7 - Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической и управленческой теории при решении профессиональных задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-</p>	<p>З-1 - Знать стандартные задачи и методы их решения в профессиональной деятельности</p> <p>З-2 - Знать особенности организации коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка</p> <p>У-1 - Уметь осуществлять организацию и управление торгово-технологическими процессами на предприятии</p>

	технологической и административно-управленческой сферах	П-1 - Владеть навыками в организации и управлении торгово-технологическими процессами на предприятии
	ПК-9 - Способен обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	<p>З-1 - Знать принципы управления торгово-технологическими процессами на предприятии и качеством обслуживания</p> <p>У-1 - Уметь осуществлять управление торгово-технологическими процессами и на предприятии</p> <p>У-2 - Уметь обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p> <p>П-1 - Владеть навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии</p> <p>П-2 - Владеть навыками обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания</p>
	ПК-14 - Способен формировать предложения по совершенствованию ценовой политики, систем сбыта и продаж и улучшению системы продвижения товаров	<p>З-3 - Знать основы управления продажами</p> <p>У-1 - Уметь формировать предложения по совершенствованию ценовой политики, системы сбыта и комплекса продвижения</p> <p>У-2 - Уметь анализировать эффективность предлагаемых мероприятий комплекса маркетинга</p> <p>П-3 - Владеть основами управления продажами</p>

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и очно-заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Методы и практики продаж

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Никитина Наталья Юрьевна	кандидат экономических наук, без ученого звания	Доцент	региональной экономики, инновационного предприниматель ства и безопасности
2	Царева Светлана Владимировна	кандидат наук, доцент	Доцент	региональной экономики, инновационного предприниматель ства и безопасности

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № 31 от 26.05.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Царева Светлана Владимировна, Доцент, региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Раздел 1.	Сделка как элемент системы продаж.	<p>Тема 1. Введение в курс «Теория и практика продаж» Личные продажи. Технологии продаж. Продажи – личный бизнес в стенах компании. Задачи отделов маркетинга и продаж: сходства и различия.</p> <p>Тема 2. Подготовка к сделке. Поиск новых сделок. Структура сделки. Способы поиска клиентов. Типичные расходы при различных методах поиска клиентов. Нетворкинг. Работа на выставках.</p> <p>Подготовка к переговорам. Анализ клиента. Постановка цели. Стратегия. Контроль.</p> <p>Составление и рассылка коммерческого предложения. Основные принципы рассылки коммерческих предложений. Правила подготовки коммерческого предложения. Структура коммерческого предложения.</p> <p>Тема 3. Анализ сделки. Звонок клиенту. Особенности работы с электронной почтой. Почтовая рассылка.</p> <p>Встреча с клиентом. Презентация. Методы эффективной презентации товаров. Два базовых алгоритма представления товара. Локальные методы предоставления товара. Правила проведения презентации. Ошибки при представлении товара.</p>

		<p>Переговоры с клиентом. Фазы переговоров. Правила аргументации. Ведение переговоров. Ведение переговоров о цене. Выявление потребностей. Преодоление возражений. Типы возражений. Техника преодоления. Грамотное преодоление возражений. Заключение сделки. Приемы завершения сделки.</p> <p>Срыв сделки. Причины срыва сделки. Оформление документов. Перечень документов. Повторная сделка. Рекомендации.</p> <p>Тема 4. Современный потребитель. Потребитель. Категории потребителей. Типы и особенности современного покупателя. Ошибки продавцов.</p>
<p>Раздел 2.</p>	<p>Создание отдела продаж.</p>	<p>Тема 5. Создание отдела продаж. Создание отдела продаж. Структура коммерческого отдела. Набор в отдел продаж (описание работы, профиль кандидата, интервьюирование, проверка характеристик, принятие решения). Географическая, продуктовая, рыночная или функциональная архитектура. Территориальное разделение. Работа в регионах. Работа с крупными клиентами. Рекомендации к организации системы продаж.</p> <p>Специализация продаж. Структуры службы сбыта: линейная структура, функциональная структура, товарно-ориентированная структура, клиенто-ориентированная структура, территориально-ориентированная структура, структура смешанного типа. Достоинства и недостатки различных структур системы продаж. Структура с выделением ключевых клиентов. Базисные принципы современного планирования системы продаж. Общая схема планирования продаж. Индивидуальный план торгового сотрудника.</p> <p>Методы и практика взаимодействия торгового персонала с клиентами и документальное сопровождение работы отдела продаж. Участие торгового персонала в клиентском анализе. Расчетные схемы ценности и приверженности клиентуры. Стоимость жизненного цикла клиента. Формирование и развитие отношений с клиентами. Работа с рекламациями. Взаимодействие службы продаж с VIP-клиентами.</p> <p>Тема 6. Система оплаты труда агентов продаж. Система оплаты труда агентов продаж. Мотивация. Материальная (фиксированная и переменная часть). Нематериальная-бартерное партнерство. Типы систем оплаты. Внутренние документы (планы продаж, внутренние прайс-листы, статистика коммерческой работы с клиентами).</p> <p>Характеристики агентов продаж.</p> <p>Тема 7. Подготовка агентов продаж. Повышение квалификации. Тренинги. Менторство. Стратегические вопросы, связанные с обучением менеджеров по продажам. Выгоды от опытных сотрудников отдела продаж. Знание товара, клиентов, конкурентов. Навыки продаж. Обучение «в поле». Классификация продавцов. Наводящие вопросы для новых продуктов.</p>

<p>Раздел 3.</p>	<p>Маркетинг продаж.</p>	<p>Тема 8. Стимулирование продаж посредством активного применения маркетинга. Неразрывная связь между построением эффективной системы продаж в компании и работы с «упаковкой» продукта, неразрывная связь между продуктом, потенциальной аудиторией и способами продвижения. Активные продажи, пассивные продажи, зависимость от способов применения маркетинга.</p> <p>Тема 9. Традиционный маркетинг и доверительный. Различные аспекты применения. Понятия, виды и различия, различные мировые подходы к теории, подробный анализ подхода к продвижению, история развития, факторы зависимости выбора инструментов. Социальные проекты, Коммерческие проекты, имиджевые проекты, ATL, BTL.</p> <p>Тема 10. Различные инструменты маркетинга и примеры успешного применения. Различные виды маркетинга, практические и теоретические примеры применения, анализ эффективности, способы оценки, нюансы при выборе инструментов, площадка для распространения, прямая зависимость от цели.</p> <p>Тема 11. Интернет как наиболее эффективная площадка для доступа к потенциальной покупательской аудитории. Изучение различных площадок доступа к аудитории, изучение реакции потребителей, понимание преимущественности подбора и комбинирования площадок доступа, изучения опыта других компаний, Понятие Интернета и его системы существования, различные аспекты интернета (юридические, социальные и др). Классификация интернет ресурсов и разбор предназначения, контроль за разработкой и ведение интернет ресурса как инструмента достижения целей компании.</p> <p>Тема 12. Работа с имиджем продукта, как важная составляющая продаж. Необходимость разработки положительного и востребованного имиджа продукта для стимулирования продаж, применение элементов формирования имиджа в активных и пассивных продажах.</p>
<p>Раздел 4.</p>	<p>Управление продажами</p>	<p>Тема 13. Управление продажами: сущность и основные понятия. Определение понятия "управление продажами", основные понятия курса, цели и задачи управления продажами, место процесса управления продажами в системе управления предприятием.</p> <p>Тема 14. Сбытовая политика организации. Понятие и виды каналов сбыта. Прямые и косвенные каналы сбыта: преимущества и недостатки. Виды оптовых и розничных посредников. Современные форматы торговли. Критерии выбора посредников. Оценка эффективности каналов сбыта.</p> <p>Тема 15. Стратегии продаж. Стратегии продаж. Этапы разработки стратегии продаж. Виды стратегий продаж.</p> <p>Тема 16. Планирование продаж. Планы продаж. Виды планов продаж. Основные принципы планирования продаж. Методы планирования продаж.</p>

		<p>Тема 17. Регламентация процессов продаж Разработка технологии управление продажами. Необходимая информация для управления продажами. Основные подпроцессы процесса продаж, подлежащие регламентации. Принципы разработки регламентов. Тестирование и интеграция регламентов с другими процессами компании</p> <p>Тема 18. Этапы процесса продажи и техники продаж. Этапы процесса продажи: поиск клиентов, презентация товаров, работа с возражениями. Классификация продаж и техники продаж: активные и пассивные продажи.</p> <p>Тема 19. Мерчандайзинг в управлении продажами. Сущность, цели и задачи мерчандайзинга. Мерчандайзинг как способ увеличения объемов продаж. Виды мерчандайзинга.</p> <p>Тема 20. Работа с ключевыми клиентами. Управление лояльностью. Организация клиентоориентированной стратегии. Монетарная и эмоциональная лояльность. Программы лояльности.</p>
--	--	--

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	профориентационная деятельность	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-14 - Способен формировать предложения по совершенствованию ценовой политики, систем сбыта и продаж и улучшению системы продвижения товаров	П-3 - Владеть основами управления продажами

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Методы и практики продаж

Электронные ресурсы (издания)

1. Голова, А. Г.; Управление продажами : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621640> (Электронное издание)
2. Джоббер, Д., Д., Егоров, В. Н.; Продажи и управление продажами : учебное пособие.; Юнити-Дана,

Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684598> (Электронное издание)

3. Кондрашов, В. М., Горфинкель, В. Я.; Управление продажами : учебное пособие.; Юнити-Дана, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615863> (Электронное издание)

4. Лукич, Р., Р.; Управление продажами : практическое пособие.; Альпина Паблишер, Москва; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279013> (Электронное издание)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. <http://www.salesmanagement.ru/> журнал «Управление продажами»
2. <http://www.sellings.ru/> сайт журнала «Управление сбытом»
3. <http://www.tpprf.ru/> Торгово-промышленная Палата РФ

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Методы и практики продаж

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	CS6 Master Collection 6 Multiple Platforms Russian AOO License Level 1 Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	CS6 Master Collection 6 Multiple Platforms Russian AOO License Level 1 Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms

		Подключение к сети Интернет	
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	CS6 Master Collection 6 Multiple Platforms Russian AOO License Level 1 Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	CS6 Master Collection 6 Multiple Platforms Russian AOO License Level 1 Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	CS6 Master Collection 6 Multiple Platforms Russian AOO License Level 1 Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms