

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Среднее профессиональное образование

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

Специальность
38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Квалификация выпускника:
Менеджер по продажам

Казань 2019

Рабочая программа по дисциплине «Управление продажами» (для 2019 года набора) разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утвержденного Министерством образования и науки Российской Федерации от 15 мая 2014 г. N 539, и учебного плана, утвержденного Ученым советом Российского университета кооперации.

Разработчик:

Сафина В.Г., преподаватель кафедры экономики и инноватики Казанского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением кафедры экономики и инноватики Казанского кооперативного института (филиала) от 23.03.2019, протокол № 12

одобрена Научно-методическим советом Казанского кооперативного института (филиала) от 03.04.2019, протокол №5

утверждена Ученым советом Российского университета кооперации от 18.04.2019, протокол №4

©Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, 2019
©Сафина В.Г., 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ»	4
1.1. Область применения программы.....	4
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3.Цель и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины	4
1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины (по ФГОС):	5
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.....	6
2.2. Тематический план дисциплины «Управление продажами»	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	14
3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению .	14
3.2. Информационное обеспечение обучения	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	15

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Управление продажами» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом от 15 мая 2014 г № 539, и учебным планом, утвержденным Ученым советом Российского университета кооперации по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «Управление продажами» относится к общепрофессиональным дисциплинам профессионального цикла.

1.3. Цель и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями, обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать:**

- роль и сущность управления продажами;
- поведение покупателей и персонала в организации;
- управление взаимоотношениями между торговыми представителями и покупателями.

уметь:

- планировать каналы сбыта, каналы сбыта конкурентов, продажи и маркетинговые операции;
- определять цели работы для каждого сотрудника;
- определять этапы работы с клиентами (инициирование интересов, презентация продуктов, согласование условий; оплата и отгрузка, разработка регламентов).

Изучение учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 10. Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.

ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

ПК 3.1. Участвовать в формировании ассортимента в соответствии с ассортиментной политикой организации, определять номенклатуру показателей качества товаров.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины (по ФГОС):

	Очная форма	Заочная форма
Максимальная учебная нагрузка обучающегося	96	96
обязательная аудиторная учебная нагрузка	64	16
самостоятельная работа обучающегося	32	80

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	96
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	64
в том числе: теоретические занятия	32
практические занятия	32
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	32
Промежуточная аттестация 6 семестр – на базе основного общего образования 4 семестр – на базе среднего общего образования	Зачёт

заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	96
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	16
в том числе: теоретические занятия	6
практические занятия	10
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	80
Промежуточная аттестация 4 курс – на базе основного общего образования 3 курс – на базе среднего общего образования	Зачёт

2.2. Тематический план дисциплины «Управление продажами»

очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1 Сущность управления продажами	Содержание учебного материала Роль и сущность управления продажами. Принципы построения продаж в организации. Мотивация менеджера по продажам. Принципы построения системы продаж в организации	2	1
	Практическое занятия Решение кейсов по построению системы продаж в организации	2	2
	Самостоятельная работа Составление презентаций по пройденной тематике: отдел продаж, инструменты по управлению продажами	2	3
Тема 2 Стратегия продаж	Содержание учебного материала Инструменты управления и организации продаж, их характеристика. Учет конкурентов, доли рынка, наличие товаров-заменителей. Ценовая политика, наличие скидок, сервисное обслуживание, доставка, установка. Продвижение продукции: выбор средств продвижения продуктов, учет поступающей информации в отдел продаж, нейтрализация конкурентов. Каналы сбыта: планирование каналов сбыта, каналы сбыта конкурентов, продажи и маркетинговое планирование.	2	1
	Практическое занятия Анализ рынка и разработка стратегии продаж	2	2-3
	Самостоятельная работа Изучение стратегий и инструментов продаж действующих компаний	2	3
Тема 3 Оперативное управление продажами	Содержание учебного материала Определение цели работы для каждого сотрудника. Управление процессом достижения целей и контроль. Управление активностью работы менеджеров. Управление процессами работы с клиентами.	2	1
	Практическое занятия Разработка стратегии управления продажами, решение кейсов	2	2-3

	<p>Самостоятельная работа Создание презентаций: Оперативное управление продажами. Управление процессом достижения целей и контроль. Этапы работы с клиентами.</p>	2	3
<p>Тема 4 Управление продажами</p>	<p>Содержание учебного материала Структурирование работы отдела продаж. Перестройка и обновление бизнес-процессов. Планы «сверху вниз» и «снизу вверх». Ассортиментное планирование. Работа со смежными подразделениями как повышение эффективности общего планирования. Определение, корректировка численности персонала. Само мотивация, мотивация сотрудников материальная и нематериальная. Вертикальный и горизонтальный рост персонала.</p>	2	1
	<p>Практическое занятия Анализ ситуационных задач.</p>	2	2
	Решение кейсов	2	
	<p>Самостоятельная работа Исследование миссии компании на примере торгового предприятия.</p>	2	3
<p>Тема 5 Структура продажи</p>	<p>Содержание учебного материала Структура продаж и ее эффективность. Показатели эффективности службы продаж. Планирование в продажах: цели – мероприятия – мотивация – бюджет – контроль. CRM-системы: критерии выбора, этапы внедрения в отдел продаж. Входящая и исходящая информация клиентской базы. Особенности работы со старыми, новыми, перспективными и vip- клиентами. Работа с клиентской базой в зависимости от стратегии.</p>	2	1
	<p>Практическое занятия Разработка клиентской базы.</p>	2	2
	Решение кейсов	2	
	<p>Самостоятельная работа Законы, правила и логика личной продажи – изучение, составление презентации</p>	2	3

Тема 6 Этапы продаж	Содержание учебного материала Этапы взаимодействия с клиентом. Особенности и значение каждого этапа. Планирование разработки новых клиентов. "Вход с улицы": барьеры и ресурсы. Планирование разговора: личная подготовка к контакту, настройка на собеседника. Планирование личной встречи. Информационные каналы, позволяющие установить первичный контакт, вербальное и невербальное в общении. Техники активного слушания. Специфика телефонного контакта. Выработка собственного стиля телефонного общения. Построение первой фразы.	2	1
	Практическое занятия Деловая игра.	2	2
	Решение кейсов	2	
	Самостоятельная работа Составление презентации: Вербальное и невербальное общение.	2	3
Тема 7 Основные психологические типы поведения клиентов	Содержание учебного материала Выявление потребностей клиентов. Управление контактом с помощью вопросов. Виды и предназначение вопросов. Методики и навыки диалога. Подготовка и использование аргументов.	2	1
	Типы клиентов. Особенности взаимодействия с различными типами клиентов. Презентация исходя из истинных потребностей клиента.	2	
	Практическое занятия Определение типов клиента.	2	2
	Самостоятельная работа Основные психологические типы поведения клиентов – изучение, подготовка докладов по теме	2	3
Тема 8 Эффективная презентация товара	Содержание учебного материала Составление предложения на основе истинных потребностей и психологического типа клиента. Схема проведения презентации. Презентация в форме диалога.	2	1
	Преодоление возражений и работа с препятствиями. Виды возражений. Работа с возражениями клиента	2	
	Практическое занятия Разработка скриптов - ответов на возражения	2	2
	Самостоятельная работа Разработка, защита презентаций: Эффективная презентация товара	5	3

Тема 9 Подготовка к переговорам	Содержание учебного материала Переговоры в продажах, этапы переговоров. Определение цели и темы переговоров.	2	1
	Виды переговоров, типы переговорщиков	2	
	Практическое занятия Деловая игра – проведение переговоров	4	2
	Самостоятельная работа Изучение, разработка и защита презентации с докладом по теме: «Деловой этикет».	5	3
Тема 10 Клиентский сервис	Содержание учебного материала Понятие услуги. Позиционирование услуги.	2	1
	Виды услуг, общее и отличия в продаже услуги и продукта. Ресурсы для продажи услуги.	2	
	Практическое занятия Мониторинг услуг конкурентов	2	2
	Разработка сервисной программы обслуживания клиентов	2	
	Самостоятельная работа Изучение темы: «Телефонный этикет», подготовка докладов. Разработка скриптов	4	3
Тема 11 Управление оптовыми продажами	Содержание учебного материала SMART- принцип в оптовых продажах. Типы оптовых продаж, сложные продажи. Регламент и этапы оптовых продаж.	2	1
	Методы симулирования сбыта. Мотивация каналов сбыта. Анализ оптовых продаж.	2	
	Практическое занятия Анализ работы оптовой компании. Решение кейсов	2	2
	Самостоятельная работа Документирование логистических процессов оптовой компании. Подготовка докладов	4	3
Всего:		32/32/32	

заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1 Сущность управления продажами	Содержание учебного материала Роль и сущность управления продажами. Принципы построения продаж в организации. Мотивация менеджера по продажам. Принципы построения системы продаж в организации	2	1
	Практическое занятия Решение кейсов по построению системы продаж в организации	2	2

	Самостоятельная работа Составление презентаций по пройденной тематике: отдел продаж, инструменты по управлению продажами	2	3
Тема 2 Стратегия продаж	Содержание учебного материала Инструменты управления и организации продаж, их характеристика. Учет конкурентов, доли рынка, наличие товаров-заменителей. Ценовая политика, наличие скидок, сервисное обслуживание, доставка, установка. Продвижение продукции: выбор средств продвижения продуктов, учет поступающей информации в отдел продаж, нейтрализация конкурентов. Каналы сбыта: планирование каналов сбыта, каналы сбыта конкурентов, продажи и маркетинговое планирование.	2	1
	Практическое занятия Анализ рынка и разработка стратегии продаж	2	2-3
	Самостоятельная работа Изучение стратегий и инструментов продаж действующих компаний	2	3
Тема 3 Оперативное управление продажами	Содержание учебного материала Определение цели работы для каждого сотрудника. Управление процессом достижения целей и контроль. Управление активностью работы менеджеров. Управление процессами работы с клиентами.	2	1
	Практическое занятия Разработка стратегии управления продажами, решение кейсов	2	2-3
	Самостоятельная работа Создание презентаций: Оперативное управление продажами. Управление процессом достижения целей и контроль. Этапы работы с клиентами.	2	3
Тема 4 Управление продажами	Самостоятельная работа Структурирование работы отдела продаж. Перестройка и обновление бизнес-процессов. Планы «сверху вниз» и «снизу вверх». Ассортиментное планирование. Работа со смежными подразделениями как повышение эффективности общего планирования. Определение, корректировка численности персонала. Само мотивация, мотивация сотрудников материальная и нематериальная. Вертикальный и горизонтальный рост персонала.	2	1
	Практическое занятия Анализ ситуационных задач.	2	2

	Решение кейсов	2	
	Самостоятельная работа Исследование миссии компании на примере торгового предприятия.	2	3
Тема 5 Структура продажи	Самостоятельная работа Структура продаж и ее эффективность. Показатели эффективности службы продаж. Планирование в продажах: цели – мероприятия – мотивация – бюджет – контроль. CRM-системы: критерии выбора, этапы внедрения в отдел продаж. Входящая и исходящая информация клиентской базы. Особенности работы со старыми, новыми, перспективными и vip- клиентами. Работа с клиентской базой в зависимости от стратегии.	2	3
	Разработка клиентской базы.	2	
	Решение кейсов	2	
	Законы, правила и логика личной продажи – изучение, составление презентации	2	
Тема 6 Этапы продаж	Самостоятельная работа Этапы взаимодействия с клиентом. Особенности и значение каждого этапа. Планирование разработки новых клиентов. "Вход с улицы": барьеры и ресурсы. Планирование разговора: личная подготовка к контакту, настройка на собеседника. Планирование личной встречи. Информационные каналы, позволяющие установить первичный контакт, вербальное и невербальное в общении. Техники активного слушания. Специфика телефонного контакта. Выработка собственного стиля телефонного общения. Построение первой фразы.	2	3
	Деловая игра.	2	
	Решение кейсов	2	
	Составление презентации: Вербальное и невербальное общение.	2	
Тема 7 Основные психологические типы поведения клиентов	Самостоятельная работа Выявление потребностей клиентов. Управление контактом с помощью вопросов. Виды и предназначение вопросов. Методики и навыки диалога. Подготовка и использование аргументов.	2	3
	Типы клиентов. Особенности взаимодействия с различными типами клиентов. Презентация исходя из истинных потребностей клиента.	2	
	Определение типов клиента.	2	
	Основные психологические типы поведения клиентов – изучение, подготовка докладов по теме	2	

Тема 8 Эффективная презентация товара	Самостоятельная работа Составление предложения на основе истинных потребностей и психологического типа клиента. Схема проведения презентации. Презентация в форме диалога.	2	3
	Преодоление возражений и работа с препятствиями. Виды возражений. Работа с возражениями клиента	2	
	Разработка скриптов - ответов на возражения	2	
	Разработка, защита презентаций: Эффективная презентация товара	5	
Тема 9 Подготовка к переговорам	Самостоятельная работа Переговоры в продажах, этапы переговоров. Определение цели и темы переговоров.	2	3
	Виды переговоров, типы переговорщиков	2	
	Деловая игра – проведение переговоров	4	
	Изучение, разработка и защита презентации с докладом по теме: «Деловой этикет».	5	
Тема 10 Клиентский сервис	Самостоятельная работа Понятие услуги. Позиционирование услуги.	2	3
	Виды услуг, общее и отличия в продаже услуги и продукта. Ресурсы для продажи услуги.	2	
	Мониторинг услуг конкурентов	2	
	Разработка сервисной программы обслуживания клиентов	2	
	Изучение темы: «Телефонный этикет», подготовка докладов. Разработка скриптов	4	
Тема 11 Управление оптовыми продажами	Самостоятельная работа SMART- принцип в оптовых продажах. Типы оптовых продаж, сложные продажи. Регламент и этапы оптовых продаж.	2	3
	Методы симулирования сбыта. Мотивация каналов сбыта. Анализ оптовых продаж.	2	
	Анализ работы оптовой компании. Решение кейсов	2	
	Документирование логистических процессов оптовой компании. Подготовка докладов	4	
Всего:		6/10/80	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – **ознакомительный** (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – **репродуктивный** (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – **продуктивный** (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Учебная дисциплина реализуется в кабинете *маркетинга*.

Оборудование учебного кабинета:

Стандартная учебная мебель:

Стол письменный;

Столы ученические;

Стул;

Стулья ученические;

Доска аудиторная;

Кафедра.

Оборудование, технические средства обучения:

Переносное мультимедийное оборудование.

Программное обеспечение:

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.

a. Office ProPlus All Lng Lic/SA Pack MVL Partners in Learning

b. Windows 8/

2. Система тестирования INDIGO

3. Консультант + версия проф.

4. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, интернет - ресурсов, дополнительной литературы.

Основная литература:

1. Кузнецов, И.Н. Управление продажами [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие для бакалавров / КузнецовИ.Н.. — М.: Дашков и К, 2016.— 492 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10995.htm>

2. Голова, А.Г. Управление продажами [Электронный ресурс]: Учебник / А.Г. Голова. - М.:Дашков и К, 2017. - 280 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/414918>

3. Управление продажами [Электронный ресурс]: учебник / под общ. ред. С.В. Земляк. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=926815>

Дополнительная литература:

1. Лукич, Р.М. Управление продажами [Электронный ресурс] / Лукич Р.М.- М.:Альпина Пабли., 2016. - 212 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=926064>

Интернет – ресурсы:

1. <http://www.arbconsulting.ru> – сайт консалтинговой компании
2. <http://www.retail.ru> – профессиональный сайт ритейла
3. <http://www.weblobby.ru> – методические материалы по торговле

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, проверки выполнения самостоятельной работы.

Оценка качества освоения учебной программы включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию по итогам освоения дисциплины.

Результаты обучения (умения, знания)	Формы контроля результатов обучения
В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:	
планировать каналы сбыта, каналы сбыта конкурентов, продажи и маркетинговые операции;	Опрос, доклады, рефераты, контрольная работа. Зачет
определять цели работы для каждого сотрудника;	Опрос, доклады, рефераты, контрольная работа. Зачет
определять этапы работы с клиентами (инициирование интересов, презентация продуктов, согласование условий; оплата и отгрузка, разработка регламентов).	Опрос, доклады, рефераты, контрольная работа. Зачет
В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:	
роль и сущность управления продажами;	Опрос, доклады, рефераты, контрольная работа. Зачет
поведение покупателей и персонала в организации;	Опрос, доклады, рефераты, контрольная работа. Зачет
управление взаимоотношениями между торговыми представителями и покупателями.	Опрос, доклады, рефераты, контрольная работа. Зачет