

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

Б1.В.ДВ.01.03  
(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: 9 ЗЕ

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	3	Итого
Форма контроля	экзамен	
<b>Вид занятий</b>		
Лекции		
Лабораторные		
Практические	4	4
Руководство: курсовые работы (проекты) / РГР		
Промежуточная аттестация	0,35	0,35
Контактная работа	4,35	4,35
Самостоятельная работа	311	311
Контроль	8,65	8,65
<b>Итого</b>	324	324

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 2025 г.**

УТВЕРЖДЕНО

На заседании департамента предпринимательства

---

(протокол заседания № 1 от «28» 08 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: Комплекс маркетинга, Технология развития бизнеса.

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: Управление закупками, Управление бизнес-процессами, Управление проектами.

### 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-2.05. 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)	Курс	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
Модуль 1. Эффективные продажи: результат или процесс	Пр	Что такое продажи и зачем они нужны	3	1	15	-	Задание, проверяемое вручную Тест для самоконтроля Промежуточный тест
	Пр	Soft skills успешного менеджера по продажам	3				
	Пр	Универсальная схема продаж 5.0	3				
	Пр	SPIN-продажи	3				
	Пр	Дополнительные техники продаж	3				
	Пр	Работа с возражениями	3				
	Пр	Скрипты продаж	3				
	Ср	Самостоятельная работа	3	76			
Модуль 2. Собери своего клиента	Пр	Как понять, кто твой клиент	3	1	15	-	Задание, проверяемое вручную Тест для самоконтроля Промежуточный тест
	Пр	Модель AIDA	3				
	Пр	Методы стимулирования B2B, B2C, B2G	3				
	Пр	Управление клиентской базой CRM-систем	3				
	Пр	ABC-анализ потребителей. BCG-матрица потребителей	3				
	Пр	Лидогенерация и её методы	3				
	Пр	Работа с успешным «любимым» клиентом	3				
	Ср	Самостоятельная работа	3	76			

Модуль 3. Показатели продаж	Пр	Стратегия продаж по территории, категории, бренду	3	2	15	-	Задание, проверяемое вручную Тест для самоконтроля Промежуточный тест
	Ср	Построение системы продаж на интересных территориях	3				
	Ср	Показатели продаж или откуда берётся прибыль	3				
	Ср	Как помочь менеджеру по продажам	3				
	Ср	Построение результативного отдела продаж. SMART-отдел	3				
	Ср	Мотивация, увеличение продуктивности продавцов	3				
	Ср	Сформируй свою идеальную команду	3				
	Ср	Личная эффективность сотрудника отдела продаж	3				
	Ср	Самостоятельная работа	3	78			
Модуль 4. Контроль и прогнозирование продаж	Пр	Применение ERP-систем продаж	3	2	15	-	Задание, проверяемое вручную Тест для самоконтроля Промежуточный тест
	Пр	Методы анализа, планирования, прогнозирования продаж. Адекватный или неадекватный план продаж для компании	3				
	Ср	Самостоятельная работа	3	79			-
Промежуточная аттестация	ПА		3	0,35	40	-	Итоговое тестирование
Контроль				8,65		-	
<b>Итого:</b>				<b>324</b>	<b>100</b>		

### Схема расчета итогового балла

Схема расчета итогового балла: текущий рейтинг (промежуточные тесты, тесты для самоконтроля, итоговый тест, задания, проверяемые вручную)

## 5. Образовательные технологии

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

## 6. Методические указания по освоению дисциплины

Изучение дисциплины предусматривает ознакомление с аудио-/видеолекциями электронного учебника, получение консультаций преподавателя на форуме и комментариев к выполненным практическим заданиям, а также :

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 при помощи БРС-рейтинга.

3. Самостоятельное тестирование по банку тестовых заданий не менее 600 вопросов, анализ поведения тестирующихся при помощи LRS-системы и Experience API, контроль смены IP-адресов, удаленная аутентификация при помощи распознавания лиц, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга.

Для осуществления указанных видов работ необходимо следующее оборудование: LMS-система на основе Moodle, компьютер (либо планшет, либо смартфон).

## 7. Оценочные средства

### 7.1. Паспорт оценочных средств

Курс	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
3	ПК-2 Способен принимать управленческие решения на основе разработанных сценариев реализации проекта в зависимости от различных условий внутренней и внешней среды	Тестовые задания (тест для самоконтроля, промежуточный тест, итоговый тест)  Задания, проверяемые вручную  Вопросы к экзамену

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

#### 7.2.1. Тестовые задания (тесты для самоконтроля, промежуточные тесты, итоговый тест) (наименование оценочного средства)

##### 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, сговорчивость, 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, сговорчивость

**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»

**Краткое описание и регламент выполнения:**

Баллы за представленные тестовые задания студенту начисляются автоматически пропорционально выполненным тестовым заданиям.

**Критерии оценки:**

Максимальное количество баллов (промежуточный тест) - 5 б.

Максимальное количество баллов (тест для самоконтроля) - 1 б.

Максимальное количество баллов (итоговый тест) - 40 б.

**7.2.2. Задания, проверяемые вручную**

*(наименование оценочного средства)*

**1. 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. Сопротивления 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.

**2.** ООО «Золотая середина» функционирует на рынке г. Тольятти более 10 лет и реализует изделия из драгоценных металлов и камней. Определите, какие ключевые показатели могут входить в систему оценки эффективности работы продавцов. Предположите, какими могут быть целевые значения и фактические показатели, исходя из современных тенденций развития этого рынка. Заполните матрицу KPI.

**3.** Вы являетесь категорийным менеджером предприятия, недавно завоевавшим рынок Самарской области (реализуемый товар выберите самостоятельно). Вы, как категорийный менеджер, поставили цель на выйти на рынок Саратовской области и через год охватить 45% целевой аудитории. В Вашей команде работают опытный региональный менеджер, знающий рынок Саратовской области, до Вашей организации работающий в схожей сфере деятельности, и три руководителя отдела продаж. Определитесь, какие функции должны выполняться региональным менеджером (и могут быть ему делегированы) и руководителями отделов продаж (и могут быть им делегированы). Укажите знаком «+», какие из функций должны контролироваться вышестоящим управленцем, и знаком «-», какие из функций должны находиться в зоне самоконтроля подчиняющегося управленца.

#### **Краткое описание и регламент выполнения:**

Баллы за представленные задания студенту выставляет преподаватель.

#### **Критерии оценки:**

Максимальное количество баллов за все выполненные задания - 36 б.

### 7.3.Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

#### 7.3.1. Вопросы к промежуточной аттестации

Курс 3

№ 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

Курс	Форма проведения промежуточной аттестации	Критерии и нормы оценки	
3	Экзамен (по накопительному рейтингу)	«отлично»	Студент набрал 85 и более баллов по накопительному рейтингу
		«хорошо»	Студент набрал от 70 до 84 баллов по накопительному рейтингу
		«удовлетворительно»	Студент набрал от 55 до 69 баллов по накопительному рейтингу
		«неудовлетворительно»	Студент набрал 54 и менее баллов по накопительному рейтингу

## 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»

### 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>.
- WebofScience [Электронный ресурс]: мультидисциплинарная реферативная база данных. – Philadelphia: ClarivateAnalytics, 2016. – Режим доступа: [apps.webofknowledge.com](http://apps.webofknowledge.com). – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Scopus [Электронный ресурс]: реферативная база данных. – Netherlands: Elsevier, 2004–. – Режим доступа: [scopus.com](http://scopus.com). – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Elibrary[Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Москва: НЭБ, 2000–. – Режим доступа: [elibrary.ru](http://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 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	Стол преподавательский, экран телевизионный, роутер, стойка для телевизора, веб.камера, транспарант-перетяжка, ширма, наушники, компьютер с выходом в Интернет.

№ 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
	проведения групповых и индивидуальных консультаций Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. (Э-705)	
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. (Э-405)	Стол преподавательский, экран телевизионный, роутер, стойка для телевизора, веб.камера, транспарант-перетяжка, ширма, наушники, компьютер с выходом в Интернет.
3	Помещение для самостоятельной работы студентов (Г-401)	Столы ученические, стулья ученические, ПК с выходом в сеть Интернет