



## 1. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

### 1.1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины является овладение навыками разработки и выполнения стратегии управления продажами на предприятии.

### 1.2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Управление продажами основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных слушателями при изучении социально-экономических дисциплин, и тесно связаны с изучением дисциплин Стратегический менеджмент и Маркетинг.

### 1.3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения программы курса у слушателя должны быть сформированы общекультурные (ОК), общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные компетенции (ПК).

Слушатель, освоивший программу курса, должен обладать следующими **общекультурными компетенциями**:

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6).

Слушатель, освоивший программу курса, должен обладать следующими **общепрофессиональными компетенциями**:

способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);

способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6).

Слушатель, освоивший программу курса, должен обладать **профессиональными компетенциями**.

**В организационно-управленческой деятельности:**

владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);

владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2);

владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7);

владением навыками документального оформления решений в управлении

операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8).

**В информационно-аналитической деятельности:**

владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10);

владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формированию информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11);

умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (ПК-12);

умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13).

**В предпринимательской деятельности:**

способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19).

В результате изучения дисциплины слушатель должен:

**Знать:**

- организационно-правовые основы управления продажами;
- основы товарной политики и управления сбытом;
- основы организации продаж;
- основные сведения о стратегиях, методах планирования и прогнозирования продаж;
- направления и формы продаж;
- основы управления поведением потребителей.

**Уметь:**

- обеспечить надежность и эффективность выполнения процесса продаж;
- осуществлять исследования рынка;
- организовывать и совершенствовать процесс продаж.

**Владеть:**

- основами планирования, организации и управления процессом продаж;
- навыками организации работы подразделений сбыта по основным направлениям продаж;
- навыками разработки и ведения положений и инструкций по организации управления продажами;
- навыками исследования поведения потребителей.

## 2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### 2.1. 1. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Ч.
Аудиторные занятия (всего)	16
Лекции (Л)	8
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	8

<b>Самостоятельная работа студента (СРС) (всего)</b>	10
Решение задач (кейс)	2
Реферат	2
Подготовка к тестированию и тренингу	2
Контрольная работа	2
Подготовка к зачету	2
Вид промежуточной аттестации - зачет (З)	3
<b>ИТОГО: Общая трудоемкость (часов)</b>	26

## 2.2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.2.1. Содержание разделов учебной дисциплины

№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела
1.	Организация и управление продажами.	Организация и управление продажами. Продажи как системная категория и как вид деятельности. Организационные структуры отдела продаж. Виды организационных структур отдела продаж. Внутрифирменное взаимодействие. Технологии и типы продаж. Задачи, которые решает руководитель отдела продаж. Ошибки организации продаж. Конкурентные преимущества.
2.	Направления и формы продаж. Продажи, их виды и особенности.	Направления и формы продаж. Продажи, их виды и особенности. Продажи через партнеров. Продажи органам власти. Продажи крупным клиентам. Интернет-продажи. Управление поведением потребителей. Конфликтология процесса управления продажами.
3.	Стратегии продаж.	Стратегии продаж. Этапы разработки стратегии продаж. Виды стратегий продаж. Работа с ключевыми клиентами. Управление лояльностью. Организация клиентоориентированной стратегии. Монетарная и эмоциональная лояльность. Программы лояльности.
4.	Планирование и формирование отдела продаж.	Планы продаж. Виды планов продаж. Основные принципы планирования продаж. Методы планирования продаж. Основные показатели деятельности отдела продаж и их контроль. Основные направления контроля деятельности отдела продаж.
5.	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.

### 2.2.2. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

Номер раздела учебной дисциплины	№ курса	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)					Виды текущего контроля успеваемости
		Л	ЛР	ПЗ	СРС	Всего	
1	1	1		1	2	4	Защита презентации,

							участие в деловой игре, тренинге
2	1	2		2	2	6	Защита реферата
3	1	2		2	2	6	Проведение тестирования
4	1	2		2	2	6	Проверка контрольной работы
5	1	1		1	2	4	Зачет
<b>ИТОГО:</b>		8		8	10	26	

### 2.3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СЛУШАТЕЛЕЙ (СРС)

#### 2.3. Виды СРС обучения

№ раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
1	Презентация	2
2	Реферат (эссе, сообщение)	2
3	Подготовка к тестированию	2
4	Выполнение индивидуального задания (контрольная работа)	2
5	Подготовка к зачету	2
<b>ИТОГО:</b>		10

### 2.4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 2.4.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств

Номер раздела учебной дисциплины	№ семестра	Виды контроля и аттестации	Форма
1	1	Защита презентации, участие в деловой игре, тренинге	Компьютерная или Письменная
2	1	Защита реферата	Письменная (устная)
3	1	Тестирование	Письменная (устная)
4	1	Проверка контрольной работы	Письменная (устная)
5	1	Зачет	Письменная (устная)

### 2.5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 2.5.1. Основная литература

1. Белобородова А.Л. Управление продажами /А.Л. Белобородова, О.В. Мартынова. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2016. – 88 с.

2. Коваленко А.В. Управление продажами. Учебное пособие. Практикум - Томск: Изд. ТПУ, 2009 г.– 100 с.

### 2.5.2. Дополнительная литература

1. Бармашов К.С. Управление продажами / К.С. Бармашов, Н.С. Мрочковский. - М.: Русайнс, 2018. - 152 с.
2. Голова А.Г. Управление продажами: Учебник / А.Г. Голова. - М.: Дашков и К, 2015. - 280 с..
3. Земляк С.В. Управление продажами: Учебник / С.В. Земляк, О.М. Гусарова, Д.А. Жильцов и др. - М.: Вузовский учебник, 2018. - 320 с.
4. Кузнецов И.Н. Управление продажами: Учебно-практическое пособие / И.Н. Кузнецов. - М.: Дашков и К, 2016. - 492 с.
5. Назаров А.И. Управление продажами. Как построить систему продаж, которая реально работает / А.И. Назаров. - СПб.: Питер, 2017. - 287 с.

### 2.5.3 Базы данных, Интернет-ресурсы, информационно-справочные и поисковые системы:

1. справочно-правовая система «КонсультантПлюс»,
2. справочно-правовая система «Гарант»,
3. «Библиотека Гумер» - гуманитарные науки [ Электронный ресурс] // <http://www.gumer.info/>

## 2.6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий:

Стандартно оборудованные лекционные аудитории, аудитории для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный, др. оборудование или компьютерный класс.

## 2.7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Номер раздела учебной дисциплины	Виды учебной работы	Образовательные технологии	Особенности проведения занятий (индивидуальные/ групповые)
1	Лекция; ролевая (деловая) игра	имитационные и не имитационные технологии	Групповое занятие; индивидуальное занятие
2	Лекция; игровое проектирование; компьютерная симуляция	имитационные и не имитационные технологии	Групповое занятие; индивидуальное занятие
3	Лекция; дискуссия; тренинг;	имитационные и не имитационные технологии	Групповое занятие; индивидуальное занятие
4	Лекция; ситуация-кейс;	имитационные и не имитационные технологии	Групповое занятие; индивидуальное занятие
5	Лекция; стажировка с интерактивным	имитационные и не имитационные технологии	Групповое занятие; индивидуальное занятие

	консультированием эксперта		
--	-------------------------------	--	--

*Указываются образовательные технологии, особенности проведения занятий в интерактивной форме:*

*имитационные технологии: ролевые и деловые игры, тренинг, игровое проектирование, компьютерная симуляция. ситуация-кейс и др.*

*не имитационные технологии: лекция (проблемная, визуализация и др.), дискуссия, стажировка, программированное обучение и др.*