

Документ Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление продажами»  
Информация о владельце: программы MBA Маркетинг и продажи

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 23.06.2023 13:22:16

Уникальный идентификатор документа: b2fd765521f4c570b8c6e8e502310b4f1de8ae0d

## 1. Цель и задачи и дисциплины

**Цель** дисциплины - формирование знаний умений и навыков в области технологии обслуживания клиентов и организации продаж.

Исходя из цели в процессе изучения данной дисциплины решаются следующие **задачи**:

1. Изучение теоретических основ процесса продажи;
2. Знакомство с основными техниками профессиональной продажи;
3. Формирование понимания сущности, принципов, функций и задач управления продажами;
4. Приобретение практических навыков личной продажи продукта;
5. Осознание ответственности при персональных продажах и управлении ключевыми клиентами, основанных на взаимоотношениях, информационных технологиях в продажах.

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих **компетенций**:

ПК-1- способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями

В результате изучения дисциплины слушатель должен:

**знать:**

- теоретические и практические аспекты технологии продаж;
- принципы, функции, цели и задачи управления продажами;
- способы продажи, оказывающие воздействие на поведение покупателей элементы, определяющие уровень обслуживания клиентов;

**уметь:**

- осуществлять постановку целей и задач в области управления продажами, разрабатывать взвешенные управленческие решения ;
- организовать успешную продажу продукта с использованием способов и методов наиболее эффективных продаж;
- оценивать эффективность управленческих решений в продажах;

**владеть:**

- терминологией, техникой эффективных продаж.

## 2.Содержание разделов и тем

### Тема 1. Базовые технологии управления продажами и подготовка к продажам

Современные концепции менеджмента продаж и повышение конкурентоспособности.

Понятие управления продажами. Разработка регламентов работы по продажам.

Внедрение технологии целевого управления продажами. Подготовка к продажам. Цели мероприятий по продажам. Продажи на основе взаимоотношений. Планирование в продажах: цели – мероприятия – мотивация – бюджет – контроль.

### Тема 2. Организация каналов сбыта продукта

Продавец и покупатель как субъекты торговой деятельности. Операционная, предметная, коммуникативная компоненты продажи. Организация пространства торгового зала и рабочего места продавца. Торговые взаимоотношения. Создание сетевых торговых структур. Франчайзинг.

### Тема 3. Профессиональные требования к продавцам

Групповой анализ поведения продавцов (менеджеров по работе с клиентами) предприятий в игровых и реальных ситуациях. Типичные ошибки в продажах услуг. Стереотипы, связанные с образом продавца, представлениями о торговле. Знания, уме-

ния и навыки профессионального продавца. Фирменный стиль предприятия и имидж продавца.

#### **Тема 4. Мотивация потребителей**

Мотивации покупок. Психологические модели потребительских мотиваций. Современный опыт применения и использования. Основы психотехнологии продаж услуг туристской индустрии. Клиентоориентированность как основа технологий продаж туристских услуг. Создание инструментов диагностики потребностей потребителей. Способы и особенности влияния на процесс принятия решений о покупке.

#### **Тема 5. Технология продаж услуг и обслуживания туристов**

Офисная технология. Законодательное и нормативно-правовое регулирование в организации продаж. Подготовка к продажам. Этапы совершения покупки. Требования к информационному обеспечению продукта. Пробуждение интересов потенциальных клиентов. Технологическая документация сопровождения продаж. Функция оплаты продукта (услуги) и функция послепродажного сопровождения услуги. Формирование собственных контингентов потребителей.

#### **Тема 6. Организация продаж ключевым клиентам**

Стратегии выбора целевых групп. Критерии выбора приоритетных клиентов. Экономический эффект оптимального сегментирования. Работа с информацией о клиентах, принятие решений. Классификация клиентов. Эффективное взаимодействие с ключевыми клиентами. «Воронка продаж».

#### **Тема 7. Контроль за продажами и эффективность продаж**

Прогнозирование объема продаж. Планирование. Уровни прогнозирования. Качественные приемы. Количественные приемы. Цель составления бюджета. Распределение бюджета. Цель оценивания. Задание стандартов по работе. Сбор информации. Показатели работы продаж.

#### **Тема 8. Техника персональных продаж**

Установление контакта. Сбор информации, разведка потребностей. Обмен информацией и каналы общения. Техники вербально и невербального активного слушания. Типы вопросов, задаваемых клиентам. Техника опроса «СИПН». Предложение турпродукта. Техника «С-В». Работа с возражениями клиентов. Завершение продажи. Правила прохождения этапов продаж. Корпоративная книга продаж.