

Общество с ограниченной ответственностью «Академия Мануальной  
Терапии»



УТВЕРЖДАЮ  
Директор ООО «Академия  
Мануальной Терапии»  
Н.В. Елисеева  
«27» июня 2023 г.

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ К ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ  
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЕ  
СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ  
«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНИКИ ПРОДАЖ»**

**Рабочая программа учебной дисциплины «Организация продаж на  
розничном и оптовом предприятии»**

**Цели учебной дисциплины:** освоение практических навыков и знаний  
процесса управления продажами в компании.

**Задачи учебной дисциплины:** изучение методов анализа, планирования,  
разработки и реализации стратегий продаж, проектирования организационной  
структуры, управление персоналом службы продаж.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения  
учебной дисциплины:**

-Знание базовых принципов в управлении продажами и понимание  
места продаж в деятельности организации.

-Знание современных тенденций в маркетинге и продажах и способов  
организации продаж на предприятии.

-Навыки и умения в области построения оптимальной структуры  
службы продаж в зависимости от рыночных условий.

-Навыки планирования маршрута движения торгового агента.

### ***Учебно-тематический план учебной дисциплины***

№	Наименование темы	Количество часов		
		Всего	ТЗ	ПЗ
1	Место продаж в процессе управления предприятием	4	2	2
2	Построение системы продаж	4	2	2
3	Организация продаж	2	2	-
	Промежуточная аттестация	2	-	2
	Итого	12	6	6

#### ***Содержание учебной дисциплины***

##### **Тема 1. Место продаж в процессе управления предприятием**

###### ***Теоретические занятия:***

Сущность продаж. Тактический и стратегический уровни. Связь продаж и маркетинга. Различия в процессе продаж на рынке.

###### ***Практические занятия:***

1. Проектирование системы продаж на предприятии.

##### **Тема 2. Построение системы продаж**

###### ***Теоретические занятия:***

Проектирование оптимальной структуры. Комплекс маркетинга. Информационный обмен между маркетингом и продажами. Зонирование продаж и логистики. Структура каналов распределения. Критерии выбора каналов. Классификация операторов рынка (дилер, дистрибьютор, комиссионер, агент, брокер). Подходы к решению проблемы о количестве посредников в каналах распределения. Формы доведения товаров до потребителя.

###### ***Практические занятия:***

1. Определение ключевых показателей эффективности продаж.

##### **Тема 3. Организация продаж**

###### ***Теоретические занятия:***

Определение ключевых показателей эффективности продаж. Планирование «сверху» и «снизу». Аналитическая функция маркетинга. Инструментарий для планирования. Документальное сопровождение продаж. Коммерческая политика компании.

## ***Методические рекомендации и пособия по реализации учебной дисциплины***

Методическое обеспечение учебной дисциплины включает раздаточный материал, презентации, лекции и перечень практических заданий, направленных на закрепление приобретенных слушателями теоретических знаний по учебной дисциплине «Организация продаж на розничном и оптовом предприятии». В рамках данного курса в качестве основной учебной технологии используются традиционные формы занятий — лекционные и практические. На занятиях слушатели изучают учебный материал и работают над конкретными индивидуальными заданиями. Работа над индивидуальным заданием начинается на практическом занятии и далее продолжается в ходе самостоятельной работы.

### ***Промежуточная аттестация по учебной дисциплине:***

Контрольные задания

Кейс: Проектирование службы продаж.

Кейс: Расчет ключевых показателей в продажах.

### ***Литература по учебной дисциплине:***

Джоббер Д., Ланкастер Д. Продажи и управление продажами - SELLING & SALES MANAGEMENT: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 622 с.

Кондрашов В. М. Управление продажами: учебное пособие. - Юнити-Дана, 2012. — 320 с.

Голова А. Г. Управление продажами: учебник. - Издатель: Дашков и Ко, 2013. — 279 с.

Олейник К., Иванова С., Болдогоев Д. Всё об управлении продажами. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. — 331 с.

Петров В. Управления розничными продажами. – М.: Лаборатория книги, 2010. — 121 с.

Ткаченко Д. Скрипты продаж. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 224 с.  
Радмило М. Лукич. Управление продажами. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 211 с.

## **Рабочая программа учебной дисциплины «Управление клиентской базой и IT технологии в продажах»**

***Цели учебной дисциплины:*** освоение практических навыков и знаний по формированию клиентской базы.

**Задачи учебной дисциплины:** изучение методов формирования и управления клиентской базой, работы с ключевыми клиентами, ознакомление с программным обеспечением для организации эффективного управления продажами.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:**

-Знание программного обеспечения для управления продажами и взаимоотношениями с клиентами.

-Знания возможностей клиентской базы для развития бизнеса компании и управления лояльностью клиентов.

-Навыки выстраивания и управления длительными взаимоотношениями с клиентами при помощи клиентской базы.

#### *Учебно-тематический план учебной дисциплины*

№	Наименование темы	Количество часов		
		Всего	ТЗ	ПЗ
1.	Технология создания клиентской базы	4	2	2
2.	Методы управления клиентской базой	4	2	2
3.	Информационное обеспечение продаж	2	2	-
	Промежуточная аттестация	2	-	2
	Итого	12	6	6

#### **Содержание учебной дисциплины**

##### **Тема 1. Технология создания клиентской базы**

###### **Теоретические занятия:**

Анализ бизнес-целей и задач стоящих перед компанией и ее клиентами. Анализ целевой аудитории покупателей продукции или услуг компании. Создание профиля для различных категорий клиентов (с учетом целей и задач компании). Формирование базы данных о клиенте.

###### **Практические занятия:**

1. Этапы создания клиентской базы.

##### **Тема 2. Методы управления клиентской базой**

###### **Теоретические занятия:**

Инструменты анализа и управления «КБ»: коэффициент удержания; коэффициент ротации; коэффициент пожизненной доходности. Сегментирование «КБ». Реализация посредством «КБ» основных функций менеджмента: анализ, планирование, организация, контроль.

###### **Практические занятия:**

## 1. Инструменты анализа и управления клиентской базой.

### **Тема 3. Информационное обеспечение продаж**

#### ***Теоретические занятия:***

CRM, возможности для анализа, составления отчетности, работы с потенциальными клиентами; аналитика по продажам, наличию и движению товаров, по конкурентам. Создание системы рекомендаций в продажах. Создание специальной информационной формы «карточка клиента» (КК).

#### ***Методические рекомендации и пособия по реализации учебной дисциплины***

Методическое обеспечение учебной дисциплины включает раздаточный материал, презентации, лекции и перечень практических заданий, направленных на закрепление приобретенных слушателями теоретических знаний по учебной дисциплине «Управление клиентской базой и IT технологии в продажах». В рамках данного курса в качестве основной учебной технологии используются традиционные формы занятий — лекционные и практические. На занятиях слушатели изучают учебный материал и работают над конкретными индивидуальными заданиями. Работа над индивидуальным заданием начинается на практическом занятии и далее продолжается в ходе самостоятельной работы.

#### ***Промежуточная аттестация по учебной дисциплине:***

Контрольные задания

Кейс: Разработка алгоритма для создания клиентской базы компании X.

Кейс: Модель «Алгоритм жизненного цикла клиента в КБ».

#### ***Литература по учебной дисциплине:***

Голова А. Г. Управление продажами: учебник. - Издатель: Дашков и Ко, 2013. – 279 с.

Ефимова Д. В., Найденова Л. И., Белолипецкий В. В. Психология делового общения: учебник. - Издатель: ПензГТУ, 2013. - 232 с.

Кондрашов В. М. Управление продажами: учебное пособие. - Юнити-Дана, 2012. — 320 с.

Трейси Б. Психология продаж. – М.: Попурри, 2014. – 325 с.

Петров В. Управления розничными продажами. – М.: Лаборатория книги, 2010. — 121 с.

Ткаченко Д. Скрипты продаж. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 224 с.

Радмило М. Лукич. Управление продажами. – М.: Альпина Паблишер, 2016.— 211 с.

Зайцев М. Г. Методы оптимизации управления для менеджеров: компьютерно-ориентированный подход: учебное пособие. - Издатель: Издательский дом «Дело», 2015. – 313 с.

## **Рабочая программа учебной дисциплины «Технологии продаж. Активные продажи»**

**Цели учебной дисциплины:** освоение практических навыков и знаний по формированию индивидуальной стратегии продаж.

**Задачи учебной дисциплины:** приобретение новой информации о психологии клиента и технологиях ведения переговоров; освоение эффективных приемов управления процессом презентации товара, владение техниками работы с возражениями, приемами убеждения клиента.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:**

- Знание этапов ведения переговоров.
- Знание принципов личных и телефонных продаж. Навыки работы с возражениями и презентации товара.
- Навыки использование нейролингвистического программирования (НЛП) при ведении переговоров.

### *Учебно-тематический план учебной дисциплины*

№	Наименование темы	Количество часов		
		Всего	ТЗ	ПЗ
1.	Технологии продаж	4	2	2
2.	Организация эффективной коммуникации	8	4	4
3.	Методы эффективной презентации	4	4	-
	Промежуточная аттестация	2	-	2
	Итого	12	2	2

### **Содержание учебной дисциплины**

Тема 1. Технологии продаж

#### **Теоретические занятия:**

Типы технологий продаж: обслуживание, агрессивное продвижение товара, спекулятивная продажа, консультативная продажа. Презентационная модель мотивирования покупателя. Коммуникативная модель мотивирования покупателя. Стартовые ситуации. Техники нейролингвистического программирования, используемые в процессе управления продажами

#### **Практические занятия:**

1. Техники эффективных продаж.

## **Тема 2. Организация эффективной коммуникации**

### ***Теоретические занятия:***

Цикл контакта. Установление контакта. Основные этапы эффективной коммуникации. Цели каждого из этапов. Методы достижения результатов на каждом этапе. Ориентация в потребностях партнера. Техники постановки вопросов в процессе выявления и подтверждения потребностей клиента.

### ***Практические занятия:***

1. Эффективные подходы к презентации в процессе продажи.

## **Тема 3. Методы эффективной презентации**

### ***Теоретические занятия:***

Структура и методы торговой презентации, приемы убеждения покупателей. Эффективные подходы к презентации в процессе продажи. Природа сомнений и возражений клиентов. Алгоритм работы с возражениями в активных продажах. Техники и приемы, используемые для снятия возражений покупателей. Универсальные приемы аргументации и убеждения клиентов.

### ***Практические занятия:***

1. Подготовка презентации продукта/услуги.

## ***Методические рекомендации и пособия по реализации учебной дисциплины***

Методическое обеспечение учебной дисциплины включает раздаточный материал, презентации, лекции и перечень практических заданий, направленных на закрепление приобретенных слушателями теоретических знаний по учебной дисциплине «Организация продаж на розничном и оптовом предприятии».

В рамках данной учебной дисциплины в качестве основной учебной технологии используются традиционные формы занятий – лекционные и практические. На занятиях слушатели изучают учебный материал и работают над конкретными индивидуальными заданиями. Работа над индивидуальным заданием начинается на практическом занятии и далее продолжается в ходе самостоятельной работы.

### ***Промежуточная аттестация по учебной дисциплине:***

### ***Контрольные задания:***

1. Процесс принятия решения потребителями, основные этапы и особенности.
2. Основные критерии сбалансированной системы ценностей, воспринимаемой покупателем.
3. Технология продажи, основные этапы и характеристика.
4. Активные и пассивные продажи: преимущества и недостатки.

***Литература учебной дисциплины:***

1. Голова А. Г. Управление продажами: учебник. - Издатель: Дашков и Ко, 2013. – 279 с.
2. Ефимова Д. В., Найденова Л. И., Белолипецкий В. В. Психология делового общения: учебник. - Издатель: ПензГТУ, 2013. - 232 с.
3. Кондрашов В. М. Управление продажами: учебное пособие. - Юнити-Дана, 2012. – 320 с.
4. Трейси Б. Психология продаж. – М.: Попурри, 2014. – 325 с.
5. Петров В. Управления розничными продажами. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 121 с.
6. Ткаченко Д. Скрипты продаж. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 224 с.