

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Исаков Ирлан Жангазыевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.02.2023 00:38:13
Уникальный программный ключ:
a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии продаж

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) Маркетинговые коммуникации и маркетинг

2022 г.

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1. Способен подготовить и провести маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД-9 (ПК-1). Владеет навыками координации маркетинговых усилий в управлении продажами	<i>умеет</i>
	РО-1 ИД-9 (ПК-1) использовать технологии эффективных продаж;
	<i>владеет</i>
	РО-2 ИД-9 (ПК-1) техниками выслушивания и выявления потребностей РО-3 ИД-9 (ПК-1) техниками регуляция эмоционального напряжения

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

3. Содержание дисциплины

Эффективный менеджер. Ведущие компетенции: диагностика и развитие

Описание профессии и основных требований к личности менеджера. Диагностика и развитие качеств, необходимых для менеджера в сфере продаж. Понятие об эмоционально-волевой устойчивости и о коммуникативно-организаторских способностях. Теории личности.

Формирование собственного стиля менеджера Формирование внутреннего образа «я- продавец». Конгруэнтность по отношению к себе, организации, продукту. Выявление сильных сторон и зон роста. Опора на собственный тип личности. Миссия работника, личные цели, ответственность. Понятие о коммуникативной компетентности, Коммуникативные драмы и их преодоление с помощью коммуникативных умений. Понятие о сенситивности.

Технологии эффективных продаж. Подготовка к продажам

Подготовка к продажам базовая, содержательная, психологическая. Сбор и обобщение знаний о клиенте – организации и конкретном человеке. Организация и её позиция на рынке (вид деятельности, ключевые лица, продукция и услуги, порядок принятия решения, продукция и услуги). Конкурентные позиции конкурентов. Конкретный человек - социальное положение, интересы, мотивы покупки

Установление контакта, поддержание контакта (восстановление) выход из контакта. Коммуникативные сигналы (вербальные, невербальные, паралингвистические). Техники, располагающие к контакту, установление дистанции для контакта. Присоединение. Этические нормы вступления в контакт

Выслушивание и выявление потребностей Техники активного слушания. Введение техник малого разговора, понятие об экспертных зонах. Отработка техник малого разговора. Введение техник формулирования вопросов (открытые, закрытые,

альтернативные. Техники вербализации. Техника повторения, техника перефразирования, техника интерпретации. Понятие о Нейролингвистическом программировании (НЛП). Виды модальностей, ведущая модальность. Способы определения модальностей: глазо-двигательная система, лексикон, жесты, позиция восприятия мира. Якорение. Мотивации. Иерархия потребностей по Маслоу. Выявление доминирующих потребностей и мотивов. Корпоративный покупатель (заказчик). Состав центра закупки. Потребности центра закупки. Многомерность природы потребности индустриального покупателя. Стадии принятия решения и роли центра закупки

Представление (показ) товара, услуг; формулирование предложения.
Аргументация Пробуждение интереса покупателя. Свойство, эффект, преимущество товара, услуги. Предъявление товаров или услуг, имеющих особое значение. Предъявление модернизированных аспектов продукции. Предложение способа решения проблемы клиента с помощью продукта. Аргументация. Последовательность расположения аргументов. Обращение к формальной структуре или к статусу. Усиление аргументации за счет упоминания отношений, чувств. Способы работы с возражениями. Завершение продажи.

Регуляция эмоционального напряжения. Конструктивное поведение в конфликте. Регуляция эмоционального напряжения

Техники регуляции эмоционального напряжения. Техника «подчеркивания общности», техника «подчеркивания значимости». Техника вербализации эмоционального состояния, своего, покупателя

Конструктивное поведение в конфликте. Причины конфликтов. Стратегия поведения в конфликте. Техники конструктивного высказывания претензий. Техники защиты от манипуляций («психологическая самооборона»).

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины, включая самостоятельную работу обучающихся

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Понятие «формат торговли». Классификация форматов и их характеристика.
2. Понятие клиентоориентированности. Значимость клиентоориентированного подхода в условиях экономического кризиса.
3. Стандарты обслуживания клиентов. Понятие стандарта обслуживания. Функции стандарта обслуживания клиентов.
4. Технология «Тайный покупатель» («Mystery Shopping»). Понятие технологии, особенности применения в предприятии.
5. Характеристика этапа продаж «Установление контакта»
6. Характеристика этапа продаж «Выявление потребностей»
7. Характеристика этапа продаж «Презентация товара»

8. Характеристика этапа продаж «Завершение контакта»
9. Стратегия формулирования вопросов по методу SPIN.
10. Основные этапы принятия решения о покупке. Факторы, влияющие на особенности мотивации потребителя к покупке.
11. Основные понятия мерчендайзинга. Цели и задачи мерчендайзинга.
12. Правила мерчендайзинга, их характеристика.
13. Мерчендайзинг поставщика/производителя. Цели мерчендайзинга поставщика\производителя.
14. Методы мерчендайзинга поставщика\производителя.
15. Основные направления деятельности мерчендайзера. Должностные обязанности мерчендайзера.
16. Выкладка товара как элемент эффективных продаж. Понятие выкладки. Правила выкладки.
17. Способы демонстрации товара в торговом зале.
18. Планограмма выкладки. Назначение, особенности построения.
19. Концепция создания и продвижения товаров private label.
20. Особенности продвижения товаров под собственными торговыми марками.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная:

1. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 279 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01975-3. – Текст : электронный.

Дополнительная:

1. Кондрашов, В.М. Управление продажами : учебное пособие / В.М. Кондрашов ; ред. В.Я. Горфинкель. – Москва : Юнити, 2012. – 320 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118749> – ISBN 978-5-238-01259-9. – Текст : электронный.

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS
3. <http://www.delovgoru.ru>
4. Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф
Профессиональные базы данных в составе СПС Консультант:
- Законодательство Санкт-Петербурга и Ленинградской области
- Международное право

7. Лицензионное программное обеспечение

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016
- Moodle 3.8.2.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);

- учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий, и наглядными пособиями);

- специальные помещения для проведения занятий по дисциплине (в т.ч. лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности), а именно: _____;

- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;

- кабинет для занятий по иностранному языку (оснащенный лингфонным оборудованием);

- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;

- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;

- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации);

- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными

возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.