

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

**Институт бизнеса и делового администрирования**

УТВЕРЖДЕНА  
ученым советом РАНХиГС  
(в составе ДПП)

Протокол от 20 марта 2025 г. № 3

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Управление продажами**

**ПО ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ  
(профессиональной переподготовки)**

**Мастер делового администрирования**

Форма обучения очно-заочная

Москва, 2025 г.

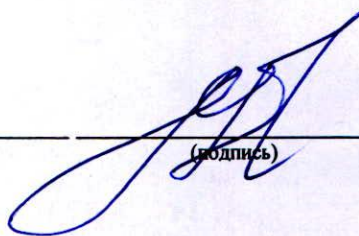
**Автор(ы)–составитель(и):**  
**Преподаватель**

**А.В. Мудрый**

(ученая степень и (или) ученое звание, должность)

(подпись)

(И.О. Фамилия)





## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины .....	4
2. Планируемые результаты обучения дисциплины .....	4
3. Объем дисциплины .....	5
4. Структура и содержание дисциплины .....	6
4.1. Структура дисциплины .....	6
4.2. Содержание дисциплины .....	7
5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы слушателей по дисциплине 8	
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине .....	8
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	10
7.1. Основная литература.....	10
7.2. Дополнительная литература .....	10
7.3. Интернет-ресурсы.....	10
8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины .....	10



## 1. Цель и задачи дисциплины

Основной целью освоения дисциплины «Управление продажами» является получение слушателями компетенции, необходимой для руководства предпринимательской или коммерческой деятельностью предприятия, учреждения, организации различных форм собственности.

Задачами освоения дисциплины «Управление продажами» является развитие навыков работы с информацией, умение анализировать основные моменты работающих систем сбыта, находить оптимальную систему организации сбыта в зависимости от целей компании, определять целевых клиентов компании, аудит системы сбыта, знание типологии каналов продаж, поиска и отбора торгового персонала, практического использования основных элементов управления продажами.

## 2. Планируемые результаты обучения дисциплины

Указываются компетенции, а также знания, умения и практический опыт, приобретаемый в результате освоения дисциплины (таблица 1).

Таблица 1.

**Планируемые результаты обучения дисциплины**

Виды деятельности	Профессиональные компетенции или трудовые функции (формируются и (или) совершенствуются) ПСК	Знания	Умения	Практический опыт
ВД 1. Руководство предпринимательской или коммерческой деятельностью предприятия, учреждения, организации.	ПК-7 Владение эффективными бизнес-коммуникациями, умением применять различные методы и технические средства, повышающие эффективность коммуникаций.	Знать <ul style="list-style-type: none"><li>- основные понятия и определения процесса продажи</li><li>- знать основные понятия и определения процесса управления продажами</li><li>- знать основные подходы к управлению продажам на разных типах рынка</li><li>- знать типологию каналов продаж</li><li>- знать место сбытовой политики в системе стратегического управления компаний</li></ul>	Уметь <ul style="list-style-type: none"><li>- анализировать основные моменты работающих систем сбыта</li><li>- уметь находить оптимальную систему организации сбыта в зависимости от целей компании</li><li>- уметь определять целевых клиентов компании</li></ul>	Владеть навыками <ul style="list-style-type: none"><li>- поиска и отбора торгового персонала</li><li>- владеть навыками практического использования основных элементов управления продажами</li><li>- владеть навыками аудита системы сбыта</li></ul>



### 3. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины 40 часов

Таблица 2

#### Объем дисциплины

Вид учебной работы		Количество часов (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)	С применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)
Контактная работа слушателя с преподавателем, в том числе:		20	
лекционного типа (Л) / Интерактивные занятия (ИЗ)		6/0	
лабораторные занятия (практикум) (ЛЗ) / Интерактивные занятия (ИЗ)			
Практические (семинарские) занятия (ПЗ) / Интерактивные занятия (ИЗ)		14/14	
Самостоятельная работа слушателя (СР)		20	
Промежуточная аттестация	форма	Э (Т)	
	час.		
Общая трудоемкость по учебному плану (час./з.е)		40	

#### 4. Структура и содержание дисциплины

##### 4.1. Структура дисциплины

Таблица 3

##### Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Количество часов (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)				С применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)					Форма текущего контроля успеваемости <sup>1</sup> , промежуточно й аттестации	
		Всего	Контактная работа			СР	Всего	Контактная работа				СР
			Л	ЛЗ	ПЗ			Л	ЛЗ	ПЗ		
1.	Основные определения.	7	3			4						
2.	Элементы системы управления продажами	7	3			4						
3.	Управление каналами сбыта	8			4	4						О
4.	Способы и методы работы с целевыми клиентами.	9			5	4						О
5.	Работа с торговым персоналом	9			5	4						
Итого:		40	6		14	20						
Подготовка и сдача экзамена												Э (Т)
Всего		40	6		14	20						

<sup>1</sup> Формы текущего контроля успеваемости: опрос (О)



## 4.2. Содержание дисциплины

Таблица 4

### Содержание дисциплины

Номер темы (раздела)	Темы лекций	Темы практических занятий
Тема 1. Основные определения.	Типология продаж. Типы рынков сбыта (B2C, B2B, B2S, B2NGO). Типология каналов сбыта. Типология способов продаж. Зоны продаж. Четыре типа компаний. Сбытовая политика в стратегии компании. Организационные структуры отделов сбыта. Планирование сбытовой деятельности. Прогнозирование объемов продаж и подготовка бюджетов. Блиц-опрос. Обсуждения – 2 часа	
Тема 2. Элементы системы управления продажами.	Определение целевых клиентов. Используемые каналы сбыта. Управление каналами. Организация и стратегия отдела продаж. Управление отделом продаж. Персональные продажи и управление отношениями. Корректировка системы продаж. Поиск потенциальных клиентов. Обсуждения – 1 час Деловая игра «Плохой отдел продаж» - 1 час. Практикум «Определение целевых клиентов» - 1 час.	
Тема 3. Управление каналами сбыта		Канал сбыта как конкурентное преимущество компании. Методология выбора каналов сбыта. Технология создания и организации канала сбыта. Управление каналами сбыта для достижения целей компании. Показатели деятельности каналов сбыта. Практикум «Каналы сбыта» - 1 час Конкретная ситуация «Проведение аудита системы продаж» - 2 часа. Обсуждения – 1 час.
Тема 4. Способы и методы работы с целевыми клиентами.		Основные цели и задачи типологии клиентов. Целевые клиенты компании. Типология торговых посредников компании. Типология групп влияния. Определение ЦКГ. Варианты типологии ЦКГ. Основные объекты стимулирования сбыта. Цели и задачи программ стимулирования. Методология создания программ лояльности. Обсуждения – 1 час Кейс «Работа с группами влияния» - 1 час.



Номер темы (раздела)	Темы лекций	Темы практических занятий
Тема 5. Работа с торговым персоналом.		Основные требования к торговому персоналу. Методика подбора персонала. Основные этапы подбора персонала. Определение профиля должности. Способы и методы поиска сбытового персонала. Технологии и техники проведения интервью. Материальные и нематериальные способы мотивации продавцов. Типичные ошибки в работе с торговым персоналом. Практикум «11 способов поиска торгового персонала» - 1,5 часа. Кейс «Как отобрать героев и волшебниц?» - 1,5 часа.

#### 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы слушателей по дисциплине

- самостоятельное изучение разделов курса, 8 часов
- подготовка к текущему контролю, 6 часов
- подготовка и написание проекта, 6 часов

#### 6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

##### Текущий контроль успеваемости

##### Критерии присвоения баллов при опросах.

При проведении опросов максимальный балл присваивается за правильный ответ с собственной аргументированной позицией или примером из практики

При отсутствии примера, не корректности трактовки, частично ошибочного ответа балл снижается и при не правильных ответах не начисляется.

Опрос проводится в начале занятия, выборочно. Продолжительность 5-10 минут.

##### Список вопросов для подготовки к опросам:

1. Приведите примеры каналов сбыта.
2. Какова типология способов продаж.
3. Основные принципы планирования сбытовой деятельности.
4. Основные принципы подготовки бюджетов.
5. Определение целевых клиентов.
6. Типы стратегии отдела продаж.
7. Как осуществляется корректировка системы продаж.
8. Какова методология выбора каналов сбыта.
9. Каковы показатели деятельности каналов сбыта.
10. Какова типология основных клиентов компании.
11. Какова типология торговых посредников компании.
12. Каковы основные требования к торговому персоналу компании.
13. Раскройте методику подбора персонала.



14. Как проводить интервью с потенциальными сотрудниками отдела продаж.

15. Раскройте основные принципы системы материального и морального поощрения продавцов.

**Промежуточная аттестация.** Для контроля усвоения данного курса учебным планом предусмотрен **экзамен**, который проводится в форме *защиты проекта*. Для слушателей, не сдавших экзамен, экзамен проводится в режиме домашнего задания (эссе на выбранную тему) с дальнейшей проверкой его преподавателем.

#### **Примерные темы проектов**

1. Построение системы продаж на предприятии
2. Специфика продаж в B2B
3. Специфика продаж в B2C
4. Привлечение клиентов
5. Организация каналов сбыта
6. Создание программ лояльности
7. Мотивация продавцов

#### **Методические рекомендации по работе над проектом:**

Проект это самостоятельная работа слушателя. Слушатель должен продемонстрировать умение применять полученные в ходе изучения курса знания к решению конкретных прикладных задач.

Проект разрабатывается на основе материалов предприятия, в котором работает слушатель. Проект должен содержать постановку задачи, анализ конкретной ситуации, обоснование и формулировку конкретных предложений по улучшению работы организации в данной области.

Таблица 5

Оценивание слушателя на экзамене по дисциплине

Оценка	Требования к знаниям
5 «отлично»	Оценка «отлично» выставляется слушателю, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на экзамене, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и тестами, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение. Учебными достижениями в семестровый период и результатами текущего контроля демонстрирует высокую степень овладения программным материалом.
4 «хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется слушателю, если он не в полной мере усвоил программный материал, последовательно его излагает на экзамене, хотя в некоторых случаях делает ошибки, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с задачами, вопросами и тестами, иногда затрудняется с ответом при видоизменении заданий, обосновывает принятое решение. Учебными достижениями в семестровый период и результатами текущего контроля демонстрирует овладение программным материалом.
3 «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется слушателю, если он в целом усвоил программный материал, излагает его на экзамене, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с задачами, вопросами и тестами, однако иногда затрудняется с ответом при видоизменении заданий. Учебными достижениями в семестровый период и результатами текущего контроля демонстрирует в целом овладение программным материалом.
2	Оценка «неудовлетворительно» выставляется слушателю, который не знает



«неудовлетворительно»	<p>значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p> <p>Учебными достижениями в семестровый период и результатами текущего контроля демонстрирует не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.</p>
-----------------------	---

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 7.1. Основная литература

1. Иванова С., Все об управлении продажами, Альпина, 2014.
2. Сьюэлл Карл, Браун Пол: Клиенты на всю жизнь, МИФ, 2023.
3. Филипп Котлер, К. Келлер, А. Чернев, Маркетинг менеджмент, 16-е изд., Питер, 2022
4. Мескон Майкл Х. Основы менеджмента. Классическое издание, Вильямс 2020
5. Оуэн Ричард, Брукс Лаура «Сервис, который приносит прибыль», Манн, Иванов и Фербер, 2016
6. Евгений Жигилий: Мастер звонка. Как объяснять, убеждать, продавать по телефону, МИФ, 2020.
7. Бернард Марр: Ключевые показатели эффективности. 75 показателей, которые должен знать каждый менеджер, Лаборатория знаний, 2021.
8. Шумилин А., Иванова Т., Карты, деньги, фитнес-клуб. Практическое руководство для менеджеров по продажам, Альпина Паблишер, 2024.
9. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2025.

### 7.2. Дополнительная литература

1. Бакшт К., Построение отдела продаж, Питер, 2019.
2. Майкл Портер, Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов, Smart Reading, 2020.
3. Лукич Р., Управление отделом продаж, Хорошая книга, 2012.
4. Трусков Г., Сами придут, сами купят, М.: Эксмо, 2012
5. Бернард Марр, Искусственный интеллект на практике. 50 кейсов успешных компаний, Манн, Иванов и Фербер, 2020
6. Розанн Л.Спиро, Управление продажами, ИД Гребенников, 2005.
7. Терехин К., Книга коммерческого директора, Питер, 2005.
8. Жалило Б., Книга директора по сбыту, Питер, 2006.
9. Иванова С., Искусство подбора персонала, Альпина, 2008.
10. Лоуренс Дж. Фридман, Новые каналы сбыта, Эксмо, 2007.

### 7.3. Интернет-ресурсы

1. [www.liveretail.ru](http://www.liveretail.ru)
2. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)
3. [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)
4. [www.retailer.ru](http://www.retailer.ru)
5. [www.e-executive.ru](http://www.e-executive.ru)

## 8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины



- аудиоколонки
- флипчарт и маркеры
- доска (мел или маркеры в зависимости от качества доски)

**Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний слушателей.**

- Мультимедийный курс «Портфель Директора Управление Сбытом», Учебный Центр SRC
- пакет лицензионного программного обеспечения общего назначения Microsoft Office (презентационный редактор MS PowerPoint, текстовый редактор MS Word, электронные таблицы MS Excel), а также Adobe Acrobat Reader
- программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов
- интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).



