МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ П. Е. Троян
«___» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Техника продаж

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки (специальность): **27.03.05 Инноватика**
Направленность (профиль): **Управление инновациями в электронной технике**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **ФИТ, Факультет инновационных технологий**
Кафедра: **УИ, Кафедра управления инновациями**
Курс: **3**
Семестр: **6**
Учебный план набора 2013 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	6 семестр	Всего	Единицы
1	Практические занятия	28	28	часов
2	Всего аудиторных занятий	28	28	часов
3	Из них в интерактивной форме	14	14	часов
4	Самостоятельная работа	44	44	часов
5	Всего (без экзамена)	72	72	часов
6	Общая трудоемкость	72	72	часов
		2.0	2.0	З.Е

Зачет: 6 семестр

Томск 2016

Согласована на портале № 8772

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
протокол № 20 от «22» 12 2016 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа составлена с учетом требований Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки (специальности) 27.03.05 Инноватика, утвержденного 2016-08-11 года, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «___» _____ 20__ года, протокол №_____.

Разработчики:

доцент, зав. кафедрой каф. УИ _____ Нариманова Г. Н.

Заведующий обеспечивающей каф. УИ _____ Нариманова Г. Н.

Рабочая программа согласована с факультетом, профилирующей и выпускающей кафедрами направления подготовки (специальности).

Декан ФИТ _____ Нариманова Г. Н.

Заведующий выпускающей каф. УИ _____ Нариманова Г. Н.

Эксперты:

доцент Кафедра УИ _____ Дробот П. Н.

доцент Кафедра УИ _____ Антипин М. Е.

Согласована на портале № 8772

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цели дисциплины

Курс предназначен студентам инженерных специальностей технических ВУЗов, изучающих психологию предпринимательства в рамках подготовки к будущей деятельности менеджеров в области электроники и техники.

Курс «Техники продаж» - один из учебных модулей темы «Введение в предпринимательство», следующий за "Деловым общением", "Психологией успеха" и Философией продаж". В содержании курса отражены базисные принципы организации процесса продаж, представлены основы менеджмента и маркетинга. Основной упор делается на компетенции персональных продаж, овладевая которыми студенты становятся способными применять их в практике.

1.2. Задачи дисциплины

- - ознакомление с базисными техниками персональных продаж;
- - формирование представлений о процедурах, алгоритме продаж;
- - помощь в овладении навыками работы с возражениями и конфликтами;
- - способствование формированию предпринимательских компетенций в сфере продаж.
-

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Техника продаж» (ФТД.3) относится к блоку ФТД.3.

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются следующие дисциплины: Бизнес-коммуникации, Основы теории личности, Тренинг "Психология успеха", Философия продаж.

Последующими дисциплинами являются: .

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию;

В результате изучения дисциплины студент должен:

- **знать** как определить запрос покупателя, что такое эмоциональная подстройка, как вступать в контакт с клиентом, технологии возражений, алгоритм продажи, основы презентаций, виды негатива, технологии преодоления сопротивления, принципы инновационного маркетинга.
- **уметь** презентовать продукт, работать с сопротивлением, предусматривать возражения и работать с ними, контактировать с покупателем, проводить телефонные презентации, различать продажи услуги, информации и товара, завершать сделку
- **владеть** психологическими знаниями присоединения, навыками выстраивания контакта, технологиями продаж, приемами преодоления стресса, навыками сбора информации, продвижения товара или услуги, навыками продаж VIP-клиентам.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2.0 зачетных единицы и представлена в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
		6 семестр
Аудиторные занятия (всего)	28	28
Практические занятия	28	28
Из них в интерактивной форме	14	14
Самостоятельная работа (всего)	44	44
Подготовка к практическим занятиям, семинарам	44	44

Согласована на портале № 8772

Всего (без экзамена)	72	72
Общая трудоемкость час	72	72
Зачетные Единицы Трудоемкости	2.0	2.0

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Разделы дисциплины и виды занятий приведены в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы дисциплины и виды занятий

№	Названия разделов дисциплины	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
1	Алгоритм продажи. Определение запроса. Сбор информации	4	8	12	ОК-7
2	Вступление в контакт.	4	6	10	ОК-7
3	Искусство презентации продукта, услуги, информации.	4	6	10	ОК-7
4	Технологии определения сопротивления	4	6	10	ОК-7
5	Работа с возражениями.	4	6	10	ОК-7
6	Управление продажами.	4	6	10	ОК-7
7	Преодоление стресса	4	6	10	ОК-7
	Итого	28	44	72	

5.2. Содержание разделов дисциплины (по лекциям)

Не предусмотрено РУП

5.3. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами представ-лены в таблице 5.3.

Таблица 5.3 - Разделы дисциплины и междисциплинарные связи

№	Наименование дисциплин	№ разделов данной дисциплины, для которых необходимо изучение обеспечивающих и обеспечиваемых дисциплин						
		1	2	3	4	5	6	7
Предшествующие дисциплины								
1	Бизнес-коммуникации	+	+			+		+
2	Основы теории личности		+		+	+		
3	Тренинг "Психология успеха"	+	+	+				+
4	Философия продаж	+	+	+	+	+	+	+

5.4. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий представлено в таблице 5.4

Согласована на портале № 8772

Таблица 5. 4 – Соответствие компетенций и видов занятий, формируемых при изучении дисциплины

Компетенции	Виды занятий		Формы контроля
	Практические занятия	Самостоятельная работа	
ОК-7	+	+	Домашнее задание, Компонент своевременности, Опрос на занятиях, Зачет

6. Интерактивные методы и формы организации обучения

Технологии интерактивного обучения при разных формах занятий в часах приведены в таблице 6.1

Таблица 6.1 – Технологии интерактивного обучения при разных формах занятий в часах

Методы	Интерактивные практические занятия	Всего
6 семестр		
IT-методы	4	4
Мозговой штурм	4	4
Деловые игры	6	6
Итого за семестр:	14	14
Итого	14	14

7. Лабораторный практикум

Не предусмотрено РУП

8. Практические занятия

Содержание практических работ приведено в таблице 8.1.

Таблица 8. 1 – Содержание практических работ

Названия разделов	Содержание практических занятий	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
6 семестр			
1 Алгоритм продажи. Определение запроса. Сбор информации	Рациональный и эмоциональный запрос покупателя. Диалог с покупателем. 10 видов вопросов. Парафраз. Этап "Здравствуйте". Завершение сделки.	4	ОК-7
	Итого	4	
2 Вступление в контакт.	Функциональная пауза. Интонации.	4	ОК-7

Согласована на портале № 8772

	Невербальная информация. Внешний вид покупателя. Первые слова. Определение типа клиента. Телефонное интервью. Формирование первого впечатления. Комплимент.		
	Итого	4	
3 Искусство презентации продукта, услуги, информации.	Выгоды. Польза для клиента. Звуковой и визуальный канал. Избирательность презентируемых свойств. Создание образов. Креатив. Эмоции и логика. 12 элементов успешной презентации.	4	ОК-7
	Итого	4	
4 Технологии определения сопротивления	Преодоление ограничений, задаваемых покупателем. Согласие. Альтернативные вопросы. Приемы на преодоление негатива.	4	ОК-7
	Итого	4	
5 Работа с возражениями.	Претензии клиентов. Виды претензий. Психология управления жалобами. Польза управления жалобами. Типы трудных ситуаций. Цена. Сервис. Работа с возражениями по телефону, электронное письмо. Кадровая политика в управлении жалобами. Торг - переговоры о цене.	4	ОК-7
	Итого	4	
6 Управление продажами.	Задачи управления продажами. Планирование объема продаж. Стратегии реализации плана. Технологии работы с клиентами. Стадии лояльности клиентов. Корпоративная культура. Обслуживание экстра-класса.	4	ОК-7
	Итого	4	
7 Преодоление стресса	Приемы преодоления стресса. Эмоциональная разгрузка. Управление эмоциями. Релаксация.	4	ОК-7
	Итого	4	
Итого за семестр		28	

9. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 9.1.

Таблица 9.1 - Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость ч	Формируемые компетенции	Формы контроля

Согласована на портале № 8772

6 семестр				
1 Алгоритм продажи. Определение запроса. Сбор информации	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	8	ОК-7	Домашнее задание, Компонент своевременности, Опрос на занятиях
	Итого	8		
2 Вступление в контакт.	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	6	ОК-7	Зачет, Опрос на занятиях
	Итого	6		
3 Искусство презентации продукта, услуги, информации.	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	6	ОК-7	Домашнее задание, Зачет, Опрос на занятиях
	Итого	6		
4 Технологии определения сопротивления	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	6	ОК-7	Домашнее задание, Зачет
	Итого	6		
5 Работа с возражениями.	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	6	ОК-7	Домашнее задание, Зачет, Опрос на занятиях
	Итого	6		
6 Управление продажами.	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	6	ОК-7	Домашнее задание, Зачет, Опрос на занятиях
	Итого	6		
7 Преодоление стресса	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	6	ОК-7	Домашнее задание, Зачет, Опрос на занятиях
	Итого	6		
Итого за семестр		44		
Итого		44		

10. Курсовая работа

Не предусмотрено РУП

11. Рейтинговая система для оценки успеваемости студентов

11.1. Балльные оценки для элементов контроля

Таблица 11.1 – Бальные оценки для элементов контроля

Элементы учебной деятельности	Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр
6 семестр				
Домашнее задание	5	5	5	15
Зачет	10	10	20	40
Компонент	5	5	5	15

Согласована на портале № 8772

своевременности				
Опрос на занятиях	10	10	10	30
Итого максимум за период	30	30	40	100
Нарастающим итогом	30	60	100	100

11.2. Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Пересчет баллов в оценки за контрольные точки представлен в таблице 11.2.

Таблица 11. 2 – Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Баллы на дату контрольной точки	Оценка
≥ 90% от максимальной суммы баллов на дату КТ	5
От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату КТ	4
От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату КТ	3
< 60% от максимальной суммы баллов на дату КТ	2

11.3. Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку представлен в таблице 11.3.

Таблица 11. 3 – Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Оценка (ГОС)	Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен	Оценка (ECTS)
5 (отлично) (зачтено)	90 - 100	A (отлично)
4 (хорошо) (зачтено)	85 - 89	B (очень хорошо)
	75 - 84	C (хорошо)
	70 - 74	D (удовлетворительно)
3 (удовлетворительно) (зачтено)	65 - 69	
	60 - 64	E (посредственно)
2 (неудовлетворительно) (не зачтено)	Ниже 60 баллов	F (неудовлетворительно)

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1. Основная литература

1. Основы маркетинга: научное издание /Ф, Котлер и др. пер. А.В, Назаренко, 5-ое европейское издание.- М.:Вильямс, 2013 – 752с. (наличие в библиотеке ТУСУР - 15 экз.)

12.2. Дополнительная литература

1. Интернет-маркетинг. Юрасов А.В., Иванов А.В,, под. Ред. . Юрасов А.В, Издательство «Горячая линия-Телеком", 2011 г., 246 стр. http://e.lanbook.com/books/element.php?pll id=5205 2. Багиев, Георгий Леонидович. Маркетинг: учебник для вузов / Г. Л1. Багиев, В. М. Тарасевич ; ред. Г. Л1. Багиев. - 4-е изд., перераб. и доп. - СПб.: ПИТЕР, 2012. - 557 с.: ил. - (Учебник для вузов) (Стандарт третьего поколения). (наличие в библиотеке ТУСУР - 5 экз.)

2. Учебное пособие «Управленческий учет»: Предназначено для студентов направления подготовки 080100.62 - Экономика, профиль: Финансы и кредит / Васильковская Н. Б. - 2015. 116 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/4961, свободный.

12.3. Учебно-методическое пособие и программное обеспечение

1. Философия продаж: Методические указания к практическим и самостоятельным работам для студентов по направлениям 222000.62 «Инноватика» / Скавинская Е. Н. - 2013. 140 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/3941, свободный.

Согласована на портале № 8772

12.4. Базы данных, информационно справочные и поисковые системы

1. Программное обеспечение любые операционная система (Windows, Linux) и браузер для работы в Интернет.

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения практических занятий необходим компьютерный класс и компьютеры с выходом в Интернет, экран.

14. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств приведен в приложении 1.

15. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Без рекомендаций.

Согласована на портале № 8772

Приложение 1

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ П. Е. Троян
«___» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Техника продаж

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки (специальность): **27.03.05 Инноватика**
Направленность (профиль): **Управление инновациями в электронной технике**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **ФИТ, Факультет инновационных технологий**
Кафедра: **УИ, Кафедра управления инновациями**
Курс: **3**
Семестр: **6**

Учебный план набора 2013 года

Разработчики:

- доцент, зав. кафедрой каф. УИ Нариманова Г. Н.

Зачет: 6 семестр

Томск 2016

Согласована на портале № 8772

1. Введение

Фонд оценочных средств (ФОС) является приложением к рабочей программе дисциплины (практики) и представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов (типовые задачи (задания), контрольные работы, тесты и др.) и методов их использования, предназначенных для измерения уровня достижения студентом установленных результатов обучения.

ФОС по дисциплине (практике) используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов.

Перечень закрепленных за дисциплиной (практикой) компетенций приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень закрепленных за дисциплиной компетенций

Код	Формулировка компетенции	Этапы формирования компетенций
ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию	Должен знать как определить запрос покупателя, что такое эмоциональная подстройка, как вступать в контакт с клиентом, технологии возражений, алгоритм продажи, основы презентаций, виды негатива, технологии преодоления сопротивления, принципы инновационного маркетинга.; Должен уметь презентовать продукт, работать с сопротивлением, предусматривать возражения и работать с ними, контактировать с покупателем, проводить телефонные презентации, различать продажи услуги, информации и товара, завершать сделку; Должен владеть психологическими знаниями присоединения, навыками выстраивания контакта, технологиями продаж, приемами преодоления стресса, навыками сбора информации, продвижения товара или услуги, навыками продаж VIP-клиентам. ;

Общие характеристики показателей и критериев оценивания компетенций на всех этапах приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Общие характеристики показателей и критериев оценивания компетенций по этапам

Показатели и критерии	Знать	Уметь	Владеть
Отлично (высокий уровень)	Обладает фактическими и теоретическими знаниями в пределах изучаемой области с пониманием границ применимости	Обладает диапазоном практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем	Контролирует работу, проводит оценку, совершенствует действия работы
Хорошо (базовый уровень)	Знает факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах изучаемой области	Обладает диапазоном практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования	Берет ответственность за завершение задач в исследовании, приспосабливает свое поведение к обстоятельствам в решении проблем
Удовлетворительн	Обладает базовыми	Обладает основными	Работает при прямом

Согласована на портале № 8772

о (пороговый уровень)	общими знаниями	умениями, требуемыми для выполнения простых задач	наблюдении

2 Реализация компетенций

2.1 Компетенция ОК-7

ОК-7: способностью к самоорганизации и самообразованию.

Для формирования компетенции необходимо осуществить ряд этапов. Этапы формирования компетенции, применяемые для этого виды занятий и используемые средства оценивания представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Этапы формирования компетенции и используемые средства оценивания

Состав	Знать	Уметь	Владеть
Содержание этапов	методы и способы самоорганизации и самообразования	использовать методы и способы самоорганизации и самообразования	способностью к самоорганизации и самообразованию
Виды занятий	• Интерактивные практические занятия; • Практические занятия; • Самостоятельная работа;	• Интерактивные практические занятия; • Практические занятия; • Самостоятельная работа;	• Интерактивные практические занятия; • Самостоятельная работа;
Используемые средства оценивания	• Домашнее задание; • Опрос на занятиях; • Зачет; • Зачет;	• Домашнее задание; • Опрос на занятиях; • Зачет; • Зачет;	• Домашнее задание; • Зачет; • Зачет;

Формулировка показателей и критериев оценивания данной компетенции приведена в таблице 4.

Таблица 4 – Показатели и критерии оценивания компетенции на этапах

Состав	Знать	Уметь	Владеть
Отлично (высокий уровень)	• Обладает фактическими и теоретическими знаниями самоорганизации самообразования;	• Обладает диапазоном практических умений самоорганизации и самообразования;	• Навыками самоорганизации и самообразования при продаж;
Хорошо (базовый уровень)	• Обладает общими теоретическими знаниями самоорганизации самообразования;	• Обладает диапазоном отдельных практических умений самоорганизации и самообразования;	• Навыками продаж;
Удовлетворительно (пороговый уровень)	• Знает основные определения при решении вопросов самоорганизации самообразования;	• Может самоорганизовываться при решении определенных задач;	• Работать под примым наблюдением, совершая отдельные продажи;

3 Типовые контрольные задания

Для реализации вышеперечисленных задач обучения используются типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения

Согласована на портале № 8772

образовательной программы, в следующем составе.

3.1 Зачёт

- 1. Типы клиентов.
- 2. Эмоциональные и рациональные типы клиентов.
- 3. Виды запросов.
- 4. Как выявлять запрос покупателя.
- 5. Парафраз и резюмирование - применение в продажах.
- 6. Типы вопросов и их применение в продажах.
- 7. Что такое функциональная пауза.
- 8. Действия продавца в функциональной паузе.
- 9. Атмосфера пространства продаж.
- 10. Комплимент. Виды.
- 11. Технологии преодоления сопротивления.
- 12. Негативизм покупателя и как с ним бороться.
- 13. преодоление ограничений, задаваемых покупателем.
- 14. Способы креативного вступления в контакт.
- 15. Этапы продаж.
- 16. Виды возражений.
- 17. Обработка возражений - в чем суть?
- 18. Технологии работы с возражениями.
- 19. Обработка ценовых возражений.
- 20. Виды скидок.
- 21. Обработка критики.
- 22. Способы самосохранения.
- 23. Отличия продажи товара и продажи услуг.
- 24. Шаги обслуживания VIP-клиентов.
- 25. Составляющие качества обслуживания.
- 26. Основы менеджмента - корпоративная культура.
- 27. НЛП в продажах.
- 28. Техники презентации компании, себя, товара

3.2 Темы домашних заданий

- Рациональный и эмоциональный запрос покупателя.
- Диалог с покупателем. 10 видов вопросов.
- Парафраз.
- Этап "Здравствуйте".
- Завершение сделки.
- Функциональная пауза.
- Интонации. Невербальная информация.
- Внешний вид покупателя.
- Первые слова.
- Определение типа клиента.
- Телефонное интервью.
- Формирование первого впечатления.
- Комплимент.
- Выгоды.
- Польза для клиента.
- Звуковой и визуальный канал.
- Избирательность презентируемых свойств.
- Создание образов.
- Креатив.

Согласована на портале № 8772

– Эмоции и логика. 12 элементов успешной презентации.
– Преодоление ограничений, задаваемых покупателем.
– Согласие.
– Альтернативные вопросы.
– Приемы на преодоление негатива.
– Претензии клиентов. Виды претензий.
– Психология управления жалобами. Польза управления жалобами.
– Типы трудных ситуаций.
– Работа с возражениями по телефону, электронное письмо.
– Кадровая политика в управлении жалобами. Торг - переговоры о цене.
– Задачи управления продажами. Планирование объема продаж.
– Стратегии реализации плана.
– Технологии работы с клиентами. Стадии лояльности клиентов.
– Корпоративная культура. Обслуживание экстра-класса.
– Приемы преодоления стресса.
– Эмоциональная разгрузка.
– Управление эмоциями. Релаксация.

3.3 Темы опросов на занятиях

– 1. Типы клиентов. 2. Эмоциональные и рациональные типы клиентов. 3. Виды запросов. 4. Как выявлять запрос покупателя. 5. Парафраз и резюмирование - применение в продажах. 6. Типы вопросов и их применение в продажах. 7. Что такое функциональная пауза. 8. Действия продавца в функциональной паузе. 9. Атмосфера пространства продаж. 10. Комплимент. Виды. 11. Технологии преодоления сопротивления. 12. Негативизм покупателя и как с ним бороться. 13. преодоление ограничений, задаваемых покупателем. 14. Способы креативного вступления в контакт. 15. Этапы продаж. 16. Виды возражений. 17. Обработка возражений - в чем суть? 18. Технологии работы с возражениями. 19. Обработка ценовых возражений. 20. Виды скидок. 21. Обработка критики. 22. Способы самосохранения. 23. Отличия продажи товара и продажи услуг. 24. Шаги обслуживания VIP-клиентов. 25. Составляющие качества обслуживания. 26. Основы менеджмента - корпоративная культура. 27. НЛП в продажах. 28. Техники презентации компании, себя, товара.

4 Методические материалы

Для обеспечения процесса обучения и решения задач обучения используются следующие материалы:

– методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы фор-мирования компетенций, согласно п. 12 рабочей программы.

4.1. Основная литература

1. Основы маркетинга: научное издание /Ф, Котлер и др. пер. А.В, Назаренко, 5-ое европейское издание.- М.:Вильямс, 2013 – 752с. (наличие в библиотеке ТУСУР - 15 экз.)

4.2. Дополнительная литература

1. Интернет-маркетинг. Юрасов А.В., Иванов А.В,, под. Ред. . Юрасов А.В, Издательство «Горячая линия-Телеком", 2011 г., 246 стр. http://e.lanbook.com/books/element.php?pll id=5205 2. Багиев, Георгий Леонидович. Маркетинг: учебник для вузов / Г. JI. Багиев, В. М. Тарасевич ; ред. Г. J1. Багиев. - 4-е изд., перераб. и доп. - СПб.: ПИТЕР, 2012. - 557 с.: ил. - (Учебник для вузов) (Стандарт третьего поколения). (наличие в библиотеке ТУСУР - 5 экз.)

2. Учебное пособие «Управленческий учет»: Предназначено для студентов направления подготовки 080100.62 - Экономика, профиль: Финансы и кредит / Васильковская Н. Б. - 2015. 116 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/4961, свободный.

4.3. Учебно-методическое пособие и программное обеспечение

1. Философия продаж: Методические указания к практическим и самостоятельным работам для студентов по направлениям 222000.62 «Инноватика» / Скавинская Е. Н. - 2013. 140 с.

Согласована на портале № 8772

[Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/3941, свободный.

4.4. Базы данных, информационно справочные и поисковые системы

1. Программное обеспечение любые операционная система (Windows, Linux) и браузер для работы в Интернет.

Согласована на портале № 8772