

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
Факультет економічних наук
Кафедра економіки та підприємництва

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Перший проректор

Іщенко Н.М.

“31” VIII 2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ТЕХНОЛОГІЇ ПРОДАЖІВ»

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітня програма «Бізнес у сфері послуг»

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Розробник

Горобченко О.А.

Завідувач кафедри економіки та підприємництва

Татенко Ю.В.

Кузьменко О.Б.

Гарант освітньої програми

Семенчук І.М.

В.о. декана факультету економічних наук

Філімонова О.Б.

Директор Навчально-наукового інституту
післядипломної освіти

Норд Г.Л.

Начальник НМВ

Шкірчак С.І.

Миколаїв – 2020 рік

Опис навчальної дисципліни

Найменування показника	Характеристика дисципліни	
Найменування дисципліни	Технології продажів у сфері послуг	
Галузь знань	07 Управління та адміністрування	
Спеціальність	076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»	
Спеціалізація (якщо є)	відсутня	
Освітня програма	«Бізнес у сфері послуг»	
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)	
Статус дисципліни	нормативна, цикл професійної підготовки	
Курс навчання	4	
Навчальний рік	2020–2021	
Номер(и) семестрів (триместрів):	Денна форма	Заочна форма
	7	1-2
Загальна кількість кредитів ЄКТС/годин	3 кредитів / 90 годин	
Структура курсу: – лекції – практичне заняття – годин самостійної роботи студентів	Денна форма	Заочна форма
	30	6
	30	6
	30	78
Відсоток аудиторного навантаження	67%	/ 13,3%
Мова викладання	Українська	
Форма проміжного контролю (якщо є)	Відсутня	
Форма підсумкового контролю	Екзамен	

1. Мета, завдання та результати вивчення дисципліни

Мета: формування знань, умінь і навичок у сфері торгівлі необхідних для організації бізнесу з метою підвищення ефективності професійної діяльності за допомогою інструментів

Завдання: вивчення основних понять, технік, методів і алгоритмів продажу; набуття практичних навичок у вирішенні конкретних завдань в процесі продажу; формування вміння розробляти скрипти продажів.

Передумови вивчення дисципліни: курс конкретизує та поглиблює знання, що були отримані в курсі політична економія, основи менеджменту, психологія управління, економічний аналіз, інноваційний менеджмент, економіка і фінанси підприємства. З неекономічних дисциплін потрібна мовна підготовка (у ході вивчення дисципліни студенти засвоюють англійські аналоги економічних категорій в сфері торгівлі).

Очікувані результати навчання:

В результаті вивчення дисципліни студент має знати:

- теоретичні основи технології продажів;
- базові поняття та принципи управління продажами;
- стратегії продажів;
- базові моделі купівельної поведінки споживачів;
- основні типи покупців та методи їх експрес-діагностики;
- засоби психологічного впливу для стимулювання обсягів продажу.

має вміти:

- застосовувати різні стратегії продажів;
- діагностувати типи споживачів та виявляти моделі їх поведінки;
- виявляти джерела інформації для прийняття рішень;
- презентувати товар чи послугу;
- працювати із запереченнями споживачів – клієнтів;
- організовувати персональні продажі і управляти відносинами з клієнтами;
- підвищувати обсяги продажів за рахунок ефективних комунікацій з клієнтами;
- підвищувати відсоток замовлень від загальної кількості споживачів.

Програмні компетенції

Загальні компетентності:

- ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.
- ЗК 5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК 7. Здатність працювати в команді.
- ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК 1 Критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування бізнесу у сфері послуг, підприємницьких, торговельних і біржових структур.

СК 3. Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.

СК 4. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК 5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.

СК 7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК 13. Здатність застосовувати сучасні інформаційні комунікації та інтелектуальні технології в управлінні діяльністю суб'єктів підприємництва в тому числі у сфері послуг, торговельних і біржових структур.

Програмні результати навчання:

ПРН 1. Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.

ПРН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

ПРН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

ПРН 5. Організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

ПРН 6. Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які

дозволяють досягти професійних цілей.

ПРН 7. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.

ПРН 8. Застосовувати одержані знання й уміння для ініціювання та реалізації заходів у сфері збереження навколишнього природного середовища і здійснення безпечної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

ПРН 20. Знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур з урахуванням ризиків.

ПРН 21. Демонструвати здатність до прийняття рішень щодо організації та веденні бізнесу у сфері послуг, підприємництва та торгівлі в умовах ризику та невизначеності.

ПРН 23. Застосовувати сучасні інформаційні комунікації та інтелектуальні технології в управлінні діяльністю суб'єктів підприємництва в тому числі у сфері послуг, торговельних і біржових структур.

2. Програма навчальної дисципліни

Денна форма:

	Теми	Всього годин	Лекції	Практичні	Самостійна робота
	Вступ. Основні аспекти технологій у сфері торгівлі	0,5	0,5	-	-
1	Тема 1. Теоретичні аспекти технології продажів.	5,5	0,5	2	3
2	Тема 2. Види технік продаж.	6	1	2	3
3	Тема 3. Методи продажів та їх особливості	6	1	2	3
4	Тема 4. Техніка ефективних продажів: основні методи та правила успіху.	6	1	2	3
5	Тема 5. Основні інструменти максимізації продуктивності продажів.	6	1	2	3
6	Тема 6. Підготовка менеджера до продажів.	6	1	2	3
7	Тема 7. Аналіз конкурентного оточення.	6	1	2	3
8	Тема 8. Встановлення контакту та техніка активного слухання.	6	1	2	3
9	Тема 9. Виявлення потреб клієнта та процес прийняття клієнтом рішення про покупку.	6	1	2	3
10	Тема 10. Робота із запереченнями і сумнівами клієнта.	6	1	2	3
11	Тема 11. Закриття продажу і підігрів клієнта.	6	1	2	3
12	Тема 12. Структура скриптів продаж «теплих дзвінків» та «холодних дзвінків».	6	1	2	3
13	Тема 13. Основні етапи торгового візиту в дистрибуції.	6	1	2	3
14	Тема 14. Післяпродажне обслуговування та робота зі скаргами клієнтів.	6	1	2	3
15	Тема 15. Інформаційні технології як інструменту ефективного управління взаємовідносинами з клієнтами.	6	1	2	3
	Всього за курсом	90	15	30	45

Заочна форма:

	Теми	Всього годин	Лекції	Практичні	Самостійна робота
1	Тема 1. Теоретичні аспекти технології продажів.	12	1	1	10
2	Тема 4. Техніка ефективних продажів: основні методи та правила успіху.	17	1	1	15
3	Тема 5. Основні інструменти максимізації продуктивності продажів.	17	1	1	15
4	Тема 6. Підготовка менеджера до продажів.	12	1	1	10
5	Теми 7-14. Короткий огляд стандартного вмісту технології продажів.	32	2	2	28
	Всього за курсом	90	6	6	78

3. Зміст навчальної дисципліни

3.1. План лекцій

Денна форма:

№	Тема заняття / план
	Вступ. Основні аспекти технологій у сфері торгівлі
1	Тема 1. Теоретичні аспекти технології продажів. 1. Сфера торгівлі та її особливості в сучасному світі. 2. Сутність та значення технології продажів. 3. Основні складові якості роботи компанії, які оцінює клієнт. 4. Стандартний вміст технології продажів.
2	Тема 2. Техніки продажів та їх особливості. 1. Активні та пасивні продажі. 2. Прямі та непрямі продажі. 3. Продажі за 5 кроків. 4. Техніка Spin-продаж. 5. Техніка «залякування». 6. Техніка «робота з цінами». 7. НЛП продажі.
3	Тема 3. B2B- и B2C – системи. 1. Сутність та фактори вибору B2B- і B2C – систем. 2. Відмінності систем продажів. 3. Приклади B2B- і B2C – систем. 4. Алгоритм побудови B2C – моделі.
4	Тема 4. Техніки ефективних продажів: основні етапи та принципи. 1. Мотиваційні техніки продаж: основні методи і правила успіху 2. Основні етапи ефективних продаж та їх характеристика. 3. Принципи техніки ефективних продаж.
5	Тема 5. Основні інструменти максимізації продуктивності продажів. 1. Система управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM). 2. Специфічні особливості програмного забезпечення CRM (контакти та повідомлення). 3. Супровід та можливості CRM. 4. Основні поради із впровадження CRM.
6	Тема 6. Підготовка менеджера до продажів. 1. Складові технології роботи менеджера з продажів.

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Особисті характеристики і професійні навички менеджера з продаж. 3. Особисті бар'єри і переконання. 4. Підвищення комунікативних можливостей для успішного продажу.
7	<p>Тема 7. Аналіз конкурентного оточення.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SWOT – аналіз конкурентів. 2. Створення унікальної торгівельної пропозиції. 3. Правила створення ефективної комерційної пропозиції.
8	<p>Тема 8. Встановлення контакту та техніка активного слухання.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основи вербального і невербального спілкування. 2. Модель AIDA. 3. Техніка «запальничка інтересу» та «small talk». 4. Робота з опором клієнта та етапі контакту. 5. Основні рівні та техніки слухання. 6. Розвиток вміння ставити запитання.
9	<p>Тема 9. Виявлення потреб клієнта та процес прийняття клієнтом рішення про покупку.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Виявлення мотивів та потреб клієнтів. Типи продаючи питань. 2. Потреби та їх усвідомлення споживачами. 3. Бажання та очікування споживачів. 4. Техніка Spin-продаж. 5. Поведінка споживача. Фактори, що впливають на процес прийняття рішення споживачем. 6. Основні етапи прийняття клієнтом рішення про покупку.
10	<p>Тема 10. Робота із запереченнями і сумнівами клієнта.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Загальні правила роботи із запереченнями клієнтів. 2. Управління запереченнями клієнтів. 3. Загальний алгоритм обробки заперечень. 4. Інструменти переконання клієнта. 5. Техніка зміни пріоритетів клієнта. 6. Робота з «важкими» клієнтами.
11	<p>Тема 11. Закриття продажу і підігрів клієнта.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сигнали готовності клієнта до покупки. 2. Техніки завершення угод. 3. Критерії ефективності угоди. 4. Підігрів клієнта.
12	<p>Тема 12. Структура скриптів продаж «теплих дзвінків» та «холодних дзвінків».</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. «Теплі» і «холодні» дзвінки. 2. Цілі і завдання скриптів. 3. Працюючі фішки скриптів. 4. Телефонний етикет. 5. Логіка відповіді на запити клієнта. 6. Техніки просування клієнта до продажу.
13	<p>Тема 13. Основні етапи торгового візиту в дистрибуції.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основні кроки візиту торгового представника. 2. Оцінка торгової точки для правильного формування торгової пропозиції. 3. Інструменти мерчандайзингу для підвищення продажів. 4. Запобігання виникнення простроченої дебіторської заборгованості.
14	<p>Тема 14. Післяпродажне обслуговування та робота зі скаргами клієнтів.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Післяпродажне обслуговування та формування лояльності покупця. 2. Робота зі скаргами та претензіями клієнтів. 3. Фази конфлікту та їх характеристика. 4. Методики попередження конфліктів. 5. Способи та методи вирішення конфліктних ситуацій.

15	<p>Тема 15. Створення відділу продажів: підбір персоналу, цілі і завдання.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Важливість відділу продажів на підприємстві. 2. Створення відділу продажів: цілі і завдання. 3. Кадрова політика при створенні відділу. 4. Підбір персоналу. 5. Розробка систем продажів. 6. CRM – система. 7. Контроль і оптимізація. 8. Удосконалення роботи відділу продажів.
----	--

Заочна форма:

1	<p>Тема 1. Теоретичні аспекти технології продажів.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сфера торгівлі та її особливості в сучасному світі. 2. Сутність та значення технології продажів. 3. Основні складові якості роботи компанії, які оцінює клієнт. 4. Стандартний вміст технології продажів.
2	<p>Тема 4. Основні техніки продаж. Сучасні ефективні техніки продажів.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Класичні техніки продаж (продажі за 5 кроків, техніка Spin-продаж, техніка «залякування», техніка «робота з цінами», НЛП продажі). 2. Найкращі сучасні техніки продаж. 3. Мотиваційні техніки продаж: основні методи і правила успіху.
3	<p>Тема 5. Основні інструменти максимізації продуктивності продажів.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Система управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM). 2. Специфічні особливості програмного забезпечення CRM (контакти та повідомлення). 3. Супровід та можливості CRM. 4. Основні поради із впровадження CRM.
4	<p>Тема 6. Підготовка менеджера до продажів.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Складові технології роботи менеджера з продажів. 2. Особисті характеристики і професійні навички менеджера з продаж. 3. Особисті бар'єри і переконання. 4. Підвищення комунікативних можливостей для успішного продажу.
5	<p>Теми 7-14. Короткий огляд стандартного вмісту технології продажів.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Аналіз конкурентного оточення. 2. Встановлення контакту та техніка активного слухання. 3. Виявлення потреб клієнта та процес прийняття клієнтом рішення про покупку. 4. Робота із запереченнями і сумнівами клієнта. 5. Закриття продажу і підігрів клієнта. 6. Структура скриптів продаж «теплих дзвінків» та «холодних дзвінків». 7. Основні етапи торгового візиту в дистрибуції. 8. Післяпродажне обслуговування та робота зі скаргами клієнтів.

Основними методами навчання під час лекційних занять є лекція-розповідь, пояснення, дискусії, демонстрування (презентації, перегляд відеороликів), обговорення.

3.2. План практичних занять

Денна і заочна форми навчання:

Тема 1. Теоретичні основи продаж.

1. Знайомство зі студентами. Вправа «5 цікавих фактів про мене».
2. Мотивація та актуалізація курсу. Опитування «Чому я обрав цю спеціальність. Ким я себе бачу через 5 років?»
3. Збір очікувань від курсу
4. Встановлення правил роботи протягом курсу.
5. Створення mind-map «Що ми вже знаємо про продажі»
6. Характеристика методу «воронка продажів», його роль в управлінні продажами. Критерії SMART в управлінні продажами.
7. Вправа «Продаж насіння бабцями». Висновки: які етапи продажів існують, особливості кожного етапу.

Самостійна робота:

1. Скласти список літератури з теми продажів
2. Об'єднатися в групи по 5 чоловік, придумати компанію та її продукт.

Тема 2. Підготовка менеджера до продажів.

1. Презентація компаній та продуктів (домашнє завдання)
2. Групова робота «Намалювати портрет менеджера з продажів». Скласти список особистісних характеристик і професійних навичок, які необхідні менеджеру з продажів.
3. Мозковий штурм «Особистісні бар'єри і переконання, які заважають в продажах»
4. Тренінгова гра «Капітани».
5. Складання плану особистісного росту.

Тема 3. Аналіз конкурентного оточення.

1. SWOT-аналіз конкурентів.
2. Робота в групах SWOT-аналіз своєї компанії
3. Ділова гра по створенню унікальної торговельної пропозиції.
4. Мозковий штурм «Правила створення ефективної комерційної пропозиції».

Самостійна робота:

1. Зробити SWOT-аналіз конкурентів компанії

Тема 4. Встановлення контакту.

1. Презентація попереднього домашнього завдання.
2. Фронтальна робота «Що впливає на перше враження при знайомстві віч-на-віч»
3. Фронтальна робота «Що впливає на перше враження при знайомстві по телефону»
4. Обговорення «Що таке мова тіла»
5. Основи вербального і невербального спілкування.
6. Рольова гра «Перше знайомство з клієнтом»
7. Тренінгова гра «Човняр»
8. Модель AIDA.
9. Мозковий штурм «Як сподобатися клієнту при знайомстві?»
10. Робота в групах «Створення «запальнички інтересу» при першій розмові з клієнтом»
11. Відпрацювання в парах техніки «small talk»
12. Робота з опором клієнта на етапі контакту.
13. Рольова гра «Нам нічого не треба»

Тема 5. Техніки активного слухання.

1. Фронтальна робота «Як клієнт розуміє, що він вам цікавий?»
2. Рівні та техніки активного слухання. Типи питань.

3. Рольова гра «Велике вухо»
4. Відпрацювання в групах (карусель) технік парафраз, інтерпретація, резюме, уточнюючі питання.

Тема 6. Процес прийняття клієнтом рішення про покупку.

1. Групове обговорення «Чому я вибрав та купив саме цю річ?». Складання списку критеріїв покупки
2. Модель процесу прийняття рішення споживачем про покупку.
3. Обговорення кейсу. Основні етапи прийняття клієнтом рішення про покупку

Тема 7. Виявлення потреб клієнтів.

1. Рольова гра «Ви продаєте ручку?»
2. Тренінгова гра «Вгадай мої думки»
3. Тренінгова гра «Магазин взуття»
4. Мозковий штурм «Що потрібно робити, аби взнати потреби клієнта?»
5. Виявлення мотивів і потреб клієнтів.
6. Практичне завдання «Типи питань»
7. Техніка SPIN.
8. Групова робота «Складання діалогу за технікою SPIN»

Тема 8. Презентація рішення.

1. Рольова гра «Продай літак»
 2. Правила ефективної презентації. Презентація торгової пропозиції з використанням техніки ХПВ.
 3. Практична робота в групах «Переведення характеристик товару у переваги та вигоди для клієнта»
 4. Відпрацювання в парах техніки «Презентація у ліфті»
 5. Гра-презентація «Непотрібний товар»
- Самостійна робота:*
Складання презентації товару або послуги своєї компанії

Тема 9. Робота із запереченнями і сумнівами клієнта.

1. Загальні правила роботи з запереченнями. Управління запереченнями клієнта.
 2. Фронтальна робота «Скрина заперечень»
 3. Групова робота «Найефективніший спосіб відпрацювання заперечень»
 4. Загальний алгоритм обробки заперечень.
 5. Відпрацювання в каруселі техніки приєднання до заперечення та навику задавання уточнюючих питань
 6. Відпрацювання в групах типових заперечень про конкурентів і ціну.
 7. Техніка підвищення значимості конкурентних переваг. Техніка зміни пріоритетів клієнта.
 8. Створення книги продажів
- Самостійна робота:* На кожне заперечення клієнтів написати по 10 можливих варіантів роботи з ним

Тема 10. Закриття продажу і підігрів клієнта.

1. Фронтальна робота «Як зрозуміти, що клієнт готовий купити»
2. Сигнали готовності клієнта до покупки.
3. Групова робота «Техніки завершення угоди»
4. Рольова гра «Ну, що берем?»

Тема 11. Структура скриптів продаж «теплих дзвінків» .

1. Прослуховування дзвінків. Акцент на моментах, які завадили покупці. Поняття «злив» клієнта.

2. «Телефонний етикет.
3. Групова робота «Структура теплового дзвінка»
4. Тренінгова гра «У вас є бізельбам? Скільки коштує»

Самостійна робота:

Скласти скрипт теплового дзвінка

Тема 12. Структура скриптів продаж «холодних дзвінків».

1. Мозковий штурм «Відмінність теплих та холодних дзвінків»
2. Цілі та завдання скриптів холодних дзвінків.
3. Ділова гра «Секретар вас слухає»
4. Обхід секретаря і вихід на ЛПР чи ЛВР.

5. Ділова гра «Хто ви такі?»

6. Аналіз застарілих прийомів, які дратують клієнтів

Самостійна робота: Скласти скрипт холодного дзвінка

Тема 13. Етапи торгового візиту в дистрибуції. .

1. Основні кроки візиту торгового представника.
2. Оцінка торгової точки для правильного формування торгової пропозиції.
3. Інструменти мерчендайзингу для підвищення продажів.
4. Запобігання виникнення простроченої дебіторської заборгованості
5. Ділова гра «Добрий день, я торговий представник»

Тема 14. Післяпродажне обслуговування. Робота зі скаргами клієнтів.

1. Мозковий штурм «Що впливає на повторні покупки?»

2. Групова робота «Розробка системи лояльності клієнта. Аналіз точок контакту з клієнтом»

3. Фронтальна робота «Чому з'являються конфлікти з клієнтами?»

4. Ділова гра «Поверніть мені гроші!»

5. Робота зі скаргами та претензіями клієнтів. Вирішення конфліктних ситуацій.

6. Ділова гра «Покличте менеджера»

3.3. Завдання для самостійної роботи

Денна форма:

Самостійна робота студентів передбачає засвоєння теоретичного матеріалу, закріплення знань і навичок, отриманих під час аудиторної роботи у таких формах:

- відповіді на питання для самоконтролю, передбачені лекційний матеріалом (не оцінюється);
- розв'язування ситуаційних завдань для поточного домашнього опрацювання (не оцінюється);
- підготовка до обговорення на практичному занятті спрощених практичних ситуацій (не оцінюється);
- виконання у складі мінігрупи проєкту «Техніка успішного продажу: основні етапи та особливості» (на прикладі певного товару) (оцінюється з урахуванням внеску у загальний звіт кожного студента).

Контроль знань включає проміжний та підсумковий контроль. Бали до іспиту студенти заробляють за рахунок проміжного контролю, в першу чергу, участь у диспуті, тренінгових та

ділових іграх, виконання практичних завдань в групах, складання презентацій з досліджуваних об'єктів.

Заочна форма:

На самостійну роботу студентів відведено значно більше часу через обмеженість аудиторного навантаження. Для закріплення необхідних знань і навичок передбачено:

- відповіді на питання для самоконтролю та розв'язування задач, наведених в основних навчальних посібниках (не оцінюється);
- виконання завдань на групових заняттях (не оцінюється);
- виконання індивідуального контрольної роботи (оцінюється);

Завдання та поради наводяться в Методичних рекомендаціях до написання контрольної роботи з технології продажів для студентів заочної форми навчання (проект).

Оцінка виконаних робіт здійснюється відповідно до критеріїв:

- 1) повнота виконання завдань;
- 2) наявність обґрунтувань та пояснень;
- 3) логічність викладення думок та розуміння матеріалу.
- 4) акуратність виконання;
- 5) своєчасність здачі роботи.

3.4. Забезпечення освітнього процесу.

Проекційне мультимедійне обладнання (проектор, екран, ноутбук/комп'ютер, мобільні пристрої);

Доступ до мережі Internet, точка доступу Wi-Fi;

OS: Windows, Android, iOS; Browsers: Chrome / Opera / Mozilla Firefox / MS Edge;

Програмне забезпечення: Word, Excel, PowerPoint;

Сервіси відеозв'язку: Google Meet, Zoom, Skype;

Система електронного навчання Moodle 3.9; Youtube канал;

Офіційні веб-сайти: Український національний комітет Міжнародної Торгової Палати (ICC Ukraine) <http://iccu.org/pro-iss-ukraine/>,

Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України <https://me.gov.ua/>

4. Підсумковий контроль

Підсумковий контроль здійснюється в формі іспиту.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ІСПИТУ:

1. Сфера торгівлі та її особливості в сучасному світі.
2. Сутність та значення технології продажів.
3. Основні складові якості роботи компанії, які оцінює клієнт.
4. Стандартний вміст технології продажів.
5. Активні та пасивні продажі.
6. Прямі та непрямі продажі.
7. Продажі за 5 кроків.
8. Техніка Spin-продаж.
9. Техніка «залякування».
10. Техніка «робота з цінами».
11. НЛП продажі.
12. Сутність та фактори вибору B2B- і B2C – систем.
13. Відмінності систем продажів.
14. Приклади B2B- і B2C – систем.

15. Алгоритм побудови B2C – моделі.
16. Принципи техніки ефективних продаж.
17. Основні етапи ефективних продаж та їх характеристика.
18. Мотиваційні техніки продажів: переваги і недоліки.
19. Основні методи і правила успішних продажів кросселлінгу (cross-sell).
20. Класичні техніки продажів та їх коротка характеристика.
21. Система управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM).
22. Специфічні особливості програмного забезпечення CRM (контакти та повідомлення).
23. Супровід та можливості CRM.
24. Основні поради із впровадження CRM.
25. Складові технології роботи менеджера з продажів.
26. Особисті характеристики і професійні навички менеджера з продаж.
27. Особисті бар'єри і переконання.
28. Підвищення комунікативних можливостей для успішного продажу.
29. Створення унікальної торгівельної пропозиції.
30. Правила створення ефективної комерційної пропозиції.
31. Основи вербального і невербального спілкування.
32. Модель AIDA.
33. Техніка «запальничка інтересу» та «small talk».
34. Робота з опором клієнта та етапі контакту.
35. Основні рівні та техніки слухання.
36. Розвиток вміння ставити запитання.
37. Виявлення мотивів та потреб клієнтів. Типи продаючи питань.
38. Потреби та їх усвідомлення споживачами.
39. Бажання та очікування споживачів.
40. Техніка Spin-продаж.
41. Поведінка споживача. Фактори, що впливають на процес прийняття рішення споживачем.
42. Основні етапи прийняття клієнтом рішення про покупку.
43. Загальні правила роботи із запереченнями клієнтів.
44. Управління запереченнями клієнтів.
45. Загальний алгоритм обробки заперечень.
46. Інструменти переконання клієнта.
47. Техніка зміни пріоритетів клієнта.
48. Робота з «важкими» клієнтами.
49. Сигнали готовності клієнта до покупки.
50. Техніки завершення угод.
51. Критерії ефективності угоди.
52. Підігрів клієнта.
53. «Теплі» і «холодні» дзвінки.
54. Цілі і завдання скриптів.
55. Працюючі фішки скриптів.
56. Телефонний етикет.
57. Логіка відповіді на запити клієнта.
58. Техніки просування клієнта до продажу.
59. Основні кроки візиту торгового представника.
60. Оцінка торгової точки для правильного формування торгової пропозиції.
61. Інструменти мерчандайзингу для підвищення продажів.
62. Запобігання виникнення простроченої дебіторської заборгованості.
63. Післяпродажне обслуговування та формування лояльності покупця.
64. Робота зі скаргами та претензіями клієнтів.
65. Фази конфлікту та їх характеристика.

66. Методики попередження конфліктів.
67. Способи та методи вирішення конфліктних ситуацій.
68. Важливість відділу продажів на підприємстві.
69. Створення відділу продажів: цілі і завдання.
70. Кадрова політика при створенні відділу.
71. Підбір персоналу.
72. Розробка систем продажів.
73. CRM – система.
74. Контроль і оптимізація.
75. Удосконалення роботи відділу продажів.

Приклад форми екзаменаційного білету

ЧОРНОМОРСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМ. ПЕТРА МОГИЛИ

Кафедра економіки та підприємництва

Рівень вищої освіти _____ Перший (бакалаврський) _____

Спеціальність: _____ 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» _____

Семестр _____ Осінній _____ Навчальна дисципліна _____ Технології продажів _____

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 0

1. Визначте поняття (8 бали): «Технології продажів».

2. Оберіть правильну відповідь (5 бали):

Технологія продажів безпосередньо впливає на...

- А) взаємодію з новими й існуючими клієнтами;
- Б) розмір доходу від реалізації товарів / послуг;
- В) задоволеність клієнта у товарі / послугах;
- Г) унікальних знань про компанію та продукт;
- Д) конкуренцію на ринку;
- Ж) встановлення цін на товари / послуги.

3. Вставте пропущені слова або завершіть твердження (5 балів):

Це позитивний сигнал, який вказує на _____ покупця до вашого товару, серйозність його намірів і дає вам можливість розв'язати його побоювання і сумніви – це _____.

4. Д

а 5. Практичне завдання (12 балів):

й Ви власник інтернет-магазину з продажу шкарпеток «Зручно і тепло». Вкажіть яка ваша цільова аудиторія клієнтів та які методи Ви використаєте, щоб її збільшити чи/та розширити. Опишіть перший базовий етап воронки продажу, при цьому чітко розпишіть, що саме ви пропонуєте, які вигоди отримає покупець і чим ви відрізняєтеся від конкурентів (за ціною і якістю).

о Завідувач кафедри економіки та підприємництва _____ **О. Б. Кузьменко**
(підпис)

Екзаменатор кафедри економіки та підприємництва _____ **О. А. Горобченко**
о (підпис)

Р
н
у
т
у

в
і
д
п
о
в
.

5. Критерії оцінювання та засоби діагностики результатів навчання

Денна форма:

№ теми	Форми оцінювання	Кількість балів min-max
1	Практичне завдання 1	2-4
2	Презентація 1	5-8
	Тренінгові гра 1	1-2
3	Практичне завдання 2	2-4
4	Ділова гра	1-2
	Тренінгова гра	1-2
5	Ділова гра 2	1-2
6	Диспут 1	1-3
7	Тренінгова гра 2	1-2
	Практичне завдання 3	2-4
8	Ділова гра 3	1-2
	Презентація 2	5-8
	Практичне завдання	2-4
9	Практичне завдання 4	2-4
10	Ділова гра 4	1-2
11	Тренінгова гра 3	1-2
	Практичне завдання 5	2-4
12	Ділова гра	1-2
	Практичне завдання	2-4
13	Ділові ігри	1-2
14		
15	Проект-презентація «Техніка успішного продажу: основні етапи та особливості» (на прикладі певного товару)	5-10
	За семестр	36-60
	Екзамен	24-40
	Всього	60-100

Заочна форма:

№	Вид діяльності	Кількість балів min- max
1	Виконання завдань на групових заняттях	6-10
2	Виконання індивідуальної контрольної роботи або он-лайн тестування	35-50
3	Екзамен	24-40
	Всього	60-100

Наукова робота студентів та/або неформальна освіта з тематики курсу передбачає наступне оцінювання:

- участь в науково-дослідній роботі (з опублікуванням тез, статті), виступи у наукових гуртках і конференціях, участь у внутрівузівських олімпіадах – до 10 балів;
- неформальна освіта (наявність сертифікату, що відповідає тематиці курсу) – до 25 балів.

Участь у проекті «Техніка успішного продажу: основні етапи та особливості» оцінюється з урахуванням внеску у загальний звіт кожного студента (30 балів на мінігрупу).

Критерії оцінювання екзаменаційної роботи: правильність визначення, відповідей на тести та відкрите питання, правильність розв'язку задач. Загальна оцінка роботи – максимум 40 балів, з яких 3 – визначення, 2x4 – тести, 5 – тест (міні-задача), 12 – відкрите питання, 12 – задача.

Критерії оцінювання контрольної роботи студентів заочної форми навчання наведені в «Методичних рекомендаціях до написання контрольної роботи з технології продажів для студентів заочної форми навчання» (проект).

6. Рекомендовані джерела інформації

6.1. Основні:

1. Бред Стоун «Продається все. Джефф Безос та ера Amazon». Наш формат, 2018, пер. Наталя Валевська.
2. Гаррі Фрідман «Ні, дякую, я просто подивлюся. Як відвідувача перетворити на покупця». Олімп-Бізнес, 2016, пер. Олена Незлобіна.
3. Ден С. Кеннеді, Дастін Метьюс «Жесткие презентации. Как продать что угодно кому угодно». Альпіна Паблішер, 2020. пер. Павло Миронов.
4. Дмитро Ткаченко «Работа с возражениями. 200 приемов продаж для холодных звонков и личных встреч». Альпіна Паблішер, 2016.
5. Ентоні Яннаріно «Інструкція ефективного продавника. Мистецтво завершення угод». Наш формат, 2020, пер. Валерія Глінка.
6. Лилик І.В., Кудирко О.В. Маркетингові дослідження: кейси та ситуаційні вправи : Практикум. К. : КНЕУ, 2010. 371 с.
7. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посіб. К. : КНЕУ, 2000. 377 с.
8. Маркетинг : Навчальний посібник / С. І. Чеботар, Я. С. Ларіна, О. П. Луцій, М. Г. Шевчик, Р. І. Буряк, С. М. Боняр, А. В. Рябчик, О. М. Прус, В. А. Рафальська - Київ «Наш час» , 2007.- 504 с.
9. Ніл Рекхем Техніка продажу SPIN. Як не прогавити великого клієнта. Наш формат, 2019.
10. Річард Геммонд «Мистецтво роздрібної торгівлі. Передові ідеї та стратегії від найуспішніших торгових компаній світу». КМ_БУКС, 2019.
11. Сучасні тренінгові технології навчання ведення бізнесу : Навч.-метод. посіб.: У 6 кн. Кн. 2. Методичне керівництво для викладачів-тренерів / В. П. Кукоба, В. П. Пилипчук, Ю. А. Хоптинський, В. В. Ходзицька, А. І Богославець, А. В. Федорченко, О. Г. Дубинський. К. КНЕУ, 2003. 296 с.

7.2. Додаткові:

1. Шарапа О.М. Управління відносинами з клієнтами через впровадження CRM-систем як складова ефективного ведення бізнесу / О.М. Шарапа // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 7 (97). — С. 175—183.
2. Ковальчук С. В. CRM-технології у страхуванні як елемент маркетингу партнерських стосунків / С. В. Ковальчук, А. А. Демидов // Вісник Хмельницького національного університету. — 2010. — № 6, Т. 4. — С. 18—21.
3. Верхоглядова Н. І. Роль і значення торгівлі для розвитку національного господарства України/ Н. І. Верхоглядова, Р.С. Шостак //Ефективна економіка. — 2012. — №. 7.

7.3. Ресурси інтернет:

1. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua>
2. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua
3. Neoseo. – Режим доступу : <https://neoseo.com.ua/uk/populyarnye-tehniki-prodazh>
4. Digital Hub. – Режим доступу : <https://dhub.digital/blog/7-etapov-tehnologii-effektivnih-prodaj>

8. Дистанційна підтримка дисципліни:

Тексти лекцій, презентації, відео, завдання, актуальні публікації та додаткові матеріали розміщені в системі дистанційного навчання Moodle.

**Список ключових слів англійською мовою до робочої програми
з навчальної дисципліни «Технології продажів»**

Ключові слова	
англійська	українська
1. Technology	1. Технологія
2. Goods	2. Товари
3. Business	3. Бізнес
4. Market	4. Ринок
5. Sales	5. Продажі
6. Sales techniques	6. Техніки продажів
7. Process	7. Процеси
8. Customers	8. Клієнти
9. Development	9. Розвиток
10. Recourses	10. Ресурси
11. Effectiveness	11. Ефективність
12. Methods	12. Методи
13. Assessment	13. Оцінка
14. Risks	14. Ризики
15. Denial	15. Заперечення