Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 19.11.2026 20:49:13
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ Л.В. Крылова
подпись
«25» марта 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.03.02 МАРКЕТИНГ ПРОДАЖ

Укрупненная группа направлений подготовки	38.00.00 Экономика и управление (код, наименование)
Образовательная программа высшего образования	программа бакалавриата
Направление подготовки	38.03.06 Торговое дело (код, наименование)
Профиль:	- (наименование)
Факультет	Маркетинга и торгового дела
Форма обучения, курс	очная форма обучения 4 курс очно-заочная форма обучения 5 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов *(при наличии таких лиц)*

Донецк
2026

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг продаж»
для обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело,
разработана в соответствии ОПОП ВО, для набора обучающихся 2026 года.

Разработчик: Бессарабова А.А., к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела
Левченко Д.М., старший преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела
Протокол от «17» февраля 2026 года № 14

Зав. кафедрой КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА
_____ И.М. Рвачева
(подпись) (фамилия и инициалы)

СОГЛАСОВАНО:
Декан факультета маркетинга и торгового дела
_____ Д. В. Махноносов
(подпись) (фамилия и инициалы)

Дата «17» февраля 2026 года

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»
Протокол от «25» марта 2026 года № 8

Председатель _____ Л. В. Крылова
(подпись)

© Левченко Д.М., 2026 год
© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2026 год

1. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование показателя</td><td rowspan="2">Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования</td><td colspan="2">Характеристика дисциплины</td></tr>
<tr><td>очная форма обучения</td><td>очно-заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц – 3</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление</td><td colspan="2" rowspan="2">Часть, формируемая участниками образовательных отношений</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело</td></tr>
<tr><td>Модулей – 1</td><td rowspan="11"></td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td>Смысловых модулей – 3</td><td>4-й</td><td>5-й</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Общее количество

часов – 108</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>8-й</td><td>Зимняя сессия</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td rowspan="8">Количество часов в неделю для очной формы обучения:

аудиторных – 2;
самостоятельной работы обучающегося – 2</td><td>10 час.</td><td>16 час.</td></tr>
<tr><td rowspan="8">Программа высшего образования – программа бакалавриата</td><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>8 час.</td><td>14 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторные занятия</td></tr>
<tr><td>0 час.</td><td>0 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>89,25 час.</td><td>76,15 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Индивидуальные задания*:</td></tr>
<tr><td>ЗТМК</td><td>СРС</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации:
(зачет, зачет с оценкой, экзамен)</td></tr>
<tr><td>зачет</td><td>зачет</td></tr>
</table>

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:

для очной формы обучения – 18/89,25

для очно-заочная формы обучения – 30/76,15

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: формирование у обучающихся понимания и практического умения внедрения инструментов цифрового маркетинга, использования концепции цифрового маркетинга, принципов и механизмов реализации цифрового маркетинга, предоставление теоретических и практических знаний относительно деятельности маркетолога в Интернет-среде.

Задачи дисциплины: на основе теоретических знаний научиться использовать возможности цифрового маркетинга; уметь использовать службы Интернет и специализированных программ для нужд цифрового маркетинга; предоставить теоретические и практические знания из принципов цифрового маркетинга; выучить виды цифровой рекламы, методы оценки её эффективности.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинг продаж» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору).

При ее освоении используется знания следующих дисциплин: «Маркетинг», «Организация, технология и проектирование предприятий», «Маркетинг услуг», «Торговый маркетинг», «Мерчандайзинг» и «Маркетинговая политика распределения».

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции** и **индикаторы их достижения**:

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ПК-1. Способность осуществлять предварительный сбор данных о потребностях, ценах на товары, работы, услуги	ИДК-1 $_{ПК-1}$ Знать требования действующего законодательства и нормативных правовых актов, Основы бухгалтерского учета, особенности ценообразования на рынке (по направлениям) ИДК-2 $_{ПК-1}$ Уметь обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; обрабатывать, формировать и хранить данные, информацию, документы, в том числе полученные от поставщиков

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

***знать**:* - общую схему процесса продажи,

- психологические особенности и специфику делового взаимодействия с людьми различных типов поведения;
- ключевые направления процесса взаимодействия с покупателями;
- техники и приемы продаж, используемые при работе с клиентами;
- потребности покупателя и способы влияния на принимаемые им решения.

***уметь**:* - работать с индивидуальными и групповыми клиентами;

- настраиваться на клиента, его потребности и предпочтения;

понять запросы покупателя;

- упреждать различные критические ситуации в процессе продажи;
- корректировать свои действия с учетом особенностей поведения клиента;

***владеть**:* - методами реализации управленческих функций и принятием решений;

– - владеть методами и средствами управления продажами и торговым бизнесом.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. Продажи в системе маркетинга

Тема 1.Продажи в системе маркетинга

Тема 2. Организация взаимодействия с покупателями: технологии и стратегии продаж

Смысловой модуль 2. Сущность и организация взаимодействия с покупателями

Тема 1. Процесс продажи

Тема 2. Технологии нейролингвистического программирования в организации

Смысловой модуль 3. Сущность и организация взаимодействия контактного персонала с покупателями

Тема 1. Контактный персонал и работа с клиентами

Тема 2. Поведение покупателей

Тема 3. Классификация клиентов по стереотипам поведения

Тема 4. Работа с проблемными клиентами в процессе продаж

6. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная/очно-заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	инд[4]	СРС[5]		л	п	лаб	инд	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1. Цифровой маркетинг												
Смысловой модуль 1. Продажи в системе маркетинга												
Тема 1. Продажи в системе маркетинга	16	2	1			13	15	2	2			11
Тема 2. Организация взаимодействия с покупателями: технологии и стратегии продаж	13	1	1			11	13	2	2			9
Итого по смысловому модулю 1	29	3	2			24	28	4	4			20
Смысловой модуль 2. Сущность и организация взаимодействия с покупателями												
Тема 1. Процесс продажи	15	2	1			12	14	2	2			10
Тема 2. Технологии нейролингвистического программирования в организации системы продаж	12	1	1			10	13	2	2			9
Итого по смысловому модулю 2	27	3	2			22	27	4	4			19
Смысловой модуль 3. Сущность и организация взаимодействия контактного персонала с												

покупателями												
Тема1. Контактный персонал и работа с клиентами»	13	1	1			11	12	2	2			8
Тема 2. Поведение покупателей	12	1	1			10	12	2	2			8
Тема 3. Классификация клиентов по стереотипам поведения	11	1	1			9	10	2	1			7
Тема 4. Работа с проблемными клиентами в процессе продаж	5,25	1	1			3,25	7,15	2	1			4,15
Итого по смысловому модулю 3	41,25	4	4			33,25	41,15	8	6			27,15
Всего по смысловым модулям	**107,25**	**10**	**8**			**89,25**	**106,15**	**16**	**14**			**76,15**
Катт	**0,5**						**1,6**					
СРэк												
ИК												
КЭ												
Каттэк	**0,25**						**0,25**					
Контроль												
Всего часов	**108**	**10**	**8**			**89,25**	**108**	**16**	**14**			**76,15**

Примечания: 1. л – лекции;
2. п – практические (семинарские) занятия;
3. лаб – лабораторные занятия;
4. инд – индивидуальные занятия;
5. СРС – самостоятельная работа;

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно-заочная форма
1	Продажи в системе маркетинга	1	2
2	Организация взаимодействия с покупателями: технологии и стратегии продаж	1	2
3	Процесс продажи	1	2
4	Технологии нейролингвистического программирования в организации системы продаж	1	2
5	Контактный персонал и работа с клиентами»	1	2
6	Поведение покупателей	1	2
7	Классификация клиентов по стереотипам поведения	1	1
8	Работа с проблемными клиентами в процессе продаж	1	1
Итого:		**8**	**14**

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
Не предусмотрено учебным планом			

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	Очно-заочная форма
1	Продажи в системе маркетинга	13	11
2	Организация взаимодействия с покупателями: технологии и стратегии продаж	11	9
3	Процесс продажи	12	10
4	Технологии нейролингвистического программирования в организации системы продаж	10	9
5	Контактный персонал и работа с клиентами»	11	8
6	Поведение покупателей	10	8
7	Классификация клиентов по стереотипам поведения	9	7
8	Работа с проблемными клиентами в процессе продаж	3,25	4,15
Итого:		89,95	76,15

10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

1) для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.

2) для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для слепых и слабовидящих:
   - в печатной форме увеличенным шрифтом;
   - в форме электронного документа;
   - в форме аудиофайла.
2) для глухих и слабослышащих:
   - в печатной форме;
   - в форме электронного документа.
3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
   - в печатной форме;
   - в форме электронного документа;
   - в форме аудиофайла.

11. СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Система оценивания по учебной дисциплине по очной форме обучения*

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль:		
- тестирование	5	15
- контрольная работа	3	9
- опрос	5	30
- задачи	3	24
- доклады	4	22
Промежуточная аттестация	*Зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по учебной дисциплине

Система оценивания по дисциплине на очно-заочной форме обучения

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль:		
- тестовые задания	40	40
- практическая работа	60	60
Промежуточная аттестация	*зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

Перечень вопросов к зачету:

Вопросы контроля по Модулю 1 «Комплекс маркетинга в розничной торговле»

1. Мультиатрибутивная модель торговой услуги
2. Формат магазина как следствие стратегии бизнеса
3. Процедура выбора месторасположения предприятия розничной торговли

4. Распределение в торговом зале
5. Мерчандайзинг
6. Цели ценообразования и влияющие на него факторы
7. Стратегии ценообразования в розничной торговле
8. Методы ценообразования в розничной торговле
9. Методы продвижения в торговом маркетинге
10. Разработка рекламной кампании в розничной торговле

Вопросы контроля по Модулю 2. «Продажи в системе маркетинга».

1. Дайте характеристику основным технологиям продаж и условиям их реализации.
2. В чем сущность презентационной модели мотивирования покупателя?
3. Раскройте сущность коммуникативной модели мотивирования покупателя.
4. В чем заключаются психологические основы и особенности применения технологии «Клиент-Эксперт»?
5. Перечислите стартовые ситуации в продажах.
6. Назовите основные признаки лояльности потребителей.
7. Что такое программа лояльности?
8. Назовите основные правила работы с постоянными клиентами.
9. В чем заключается роль продавца в формировании лояльности покупателя.
10. Раскройте сущность управления взаимоотношениями с клиентами на основе CRM-технологий.

Вопросы контроля по Модулю 3. «Сущность и организация взаимодействия контактного персонала с покупателями»

1. По каким критериям классифицируют клиентов?
2. Перечислите основные подходы к определению психологических типов клиентов.
3. В чем заключаются психодинамические свойства и особенности темперамента, влияющие на эффективность процесса управления продажами?
4. Охарактеризуйте методы взаимодействия с собеседниками различных психологических типов в процессе продажи.
5. Какие типы трудных клиентов вы знаете?
6. Дайте характеристику основным типам специалистов по продажам и уровню их профессионализма.
7. Назовите характерные черты преуспевающих торговых агентов.
8. Какие деловые и личностные качества характерны менеджерам по продажам?
9. Перечислите и дайте характеристику основным психологическим установкам продавца.
10. Охарактеризуйте стили руководства торговым персоналом.

12. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Текущее тестирование и самостоятельная работа								ИНИР	Сумма в баллах
Смысловой модуль N 1		Смысловой модуль N 2		Смысловой модуль N 3					
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	20	100
10	10	10	10	10	10	10	10		

Государственная шкалы оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале
90-100	5 «отлично» / «зачтено»
75-89	4 «хорошо» / «зачтено»
60-74	3 «удовлетворительно» / «зачтено»
Менее 60	2 «неудовлетворительно» / «не зачтено»

13. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Азарян Е.М., Казакова Е.Б., Яковлева Ю.К.
Торговый маркетинг: конспект лекций; М-во образования и науки Донец. Народ. Респ., Гос. орг. высш. проф. образования «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. маркетинга и коммерч. дела. – Донецк : [ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2023 – 150 с.
2. Казакова, Е. Б., Маркетинг продаж: конспект лекций [Отрасль знаний 38.04.01 «Экономика», направление подготовки «Маркетинг», ФМТТД] / Е. Б. Казакова ; Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, Каф. маркетинга и торгового дела . ─ Донецк : [ДонНУЭТ], 2022 . ─ Локал. компьютер.сеть НБ
3. Маркетинг продаж. Методические рекомендации для самостоятельной работы и практических занятий для студентов направления подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль «Маркетинг» программы подготовки «Магистратура» очной и заочной форм обучения (Электронный ресурс)/ Казакова Е.Б.; ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. маркетинга и коммерч. дела. – Донецк: [ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2023 – 34 с.

Дополнительная

1. Маркетинг торговых услуг: учеб. пособие / Е.Б. Казакова, А.А. Азарян. – Донецк: ООО НПП «Фолиант», 2019. – 160 с.
2. Беляев В.И. Маркетинговые стратегии развития предприятий в сфере услуг: методы формирования и обоснования [Электронный ресурс]. – Донецк: ДонНУЭТ, 2015. ─ Режим доступа: cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-strategii

Маркетинг. Маркетинг услуг: практикум Е.Б. Казакова, А.А. Азарян. - Донецк: ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского, 2018 - 140 с.

4. Дмитрий Потапов Маркетинг продаж. Электронный учебник. Режим доступа: https://www.e-reading.club/bookreader.php/68832/Potapov_-_Marketing_prodazh.html
5. Маркетинг: Учебник. / Под ред. Азарян Е.М. М-во образования и науки Донец. Народ. Респ., Гос. орг. высш. проф. образования «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. маркетинга и коммерч. дела. – Донецк : [ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2017 – 440 с.
6. Мерчандайзинг: практикум для самостоятельной работы студентов. - Донецк: ДонНУЭТ, 2016. - Локал. компьютер.сеть НБ ДонНУЭТ (Эл.)

Электронные ресурсы

1. Казакова Е.Б. Маркетинг продаж [Электронный ресурс] :конспект учеб. дисциплины [Отрасль знаний 38.04.01 «Экономика», направление подготовки «Маркетинг», ФМТТД для студ 5 к.] / Е. Б. Казакова ; Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, Каф. маркетинга и торгового дела . ─ Донецк : [ДонНУЭТ], 2019. ─ Локал. компьютер.сеть НБ ДонНУЭТ
2. Маркетинг продаж. Методические рекомендации для самостоятельной работы и практических занятий для студентов направления подготовки 38.04.01 «Экономика» профиль «Маркетинг» программы подготовки «Магистратура» очной и заочной форм обучения (Электронный ресурс)/ Казакова Е.Б.; ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. маркетинга и коммерч. дела. – Донецк: [ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2018 – 34 с.

Учебно-методические издания:

1. Маркетинг продаж: опорный конспект лекций - Донецк: [ДонНУЭТ], 2023. - Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ

2. Маркетинг продаж: метод. указания по провед. практ. занятий. Донецк: [ДонНУЭТ], 2023. - Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная библиотечная информационная система UNILIB [Электронный ресурс] – Версия 1.100. – Электрон. дан. – [Донецк, 1999-]. – Локал. сеть Науч. б-ки ГО ВПО Донец. нац. ун-та экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. – Систем. требования: ПК с процессором ; Windows ; транспорт. протоколы TCP/IP и IPX/SPX в ред. Microsoft ; мышь. – Загл. с экрана.
2. IPRbooks: Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : [«АЙ Пи Эр Медиа»] / [ООО «Ай Пи Эр Медиа»]. – Электрон. текстовые, табл. и граф. дан. – Саратов, [2018]. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru. – Загл. с экрана.
3. Elibrary.ru [Электронный ресурс] : науч. электрон. б-ка / ООО Науч. электрон. б-ка. – Электрон. текстовые. и табл. дан. – [Москва] : ООО Науч. электрон. б-ка., 2000- .– Режим доступа : https://elibrary.ru. – Загл. с экрана.
4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс] / [ООО «Итеос» ; Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : ООО «Итеос», 2012-]. – Режим доступа : http://cyberleninka.ru. – Загл. с экрана.
5. Национальная Электронная Библиотека.
6. «Полпред Справочники» [Электронный ресурс] : электрон. б-ка / [База данных экономики и права]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : ООО «Полпред Справочники», 2010-]. – Режим доступа : https://polpred.com. – Загл. с экрана.
7. Book on lime : Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : ООО «Книжный дом университета». – Электрон. текстовые дан. – Москва, 2017. – Режим доступа : https://bookonlime.ru.– Загл. с экрана.
8. Университетская библиотека ONLINE : Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : ООО «Директ-Медиа». — Электрон. текстовые дан. – [Москва], 2001. – Режим доступа : https://biblioclub.ru**.** – Загл. с экрана.
9. Бизнес+Закон [Электронный ресурс] : Агрегатор правовой информации / [Информационно-правовая платформа]. – Электрон. текстовые дан. – [Донецк, 2020-]. – Режим доступа : https://bz-plus.ru. – Загл. с экрана.
10. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского [Электронный ресурс] / НБ ДонНУЭТ. – Электрон. дан. – [Донецк, 1999-]. – Режим доступа: http://catalog.donnuet.education – Загл. с экрана.

15. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины используется:

- лекционные аудитории учебных корпусов ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ», аудитории для проведения семинарских занятий;
- мультимедийные средства: проектор, ноутбук;
- наборы слайдов.

16. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ФИО педагогического (научно-педагогического) работника, участвующего в реализации образовательной программы	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совместительства; на условиях договора гражданско-правового характера (далее – договор ГПХ)	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании*
Бессарабова Анна Александровна	По основному месту работы	Должность – доцент кафедры маркетинга и торгового дела, ученая степень – кандидат экономических наук	Высшее, магистр, экономика, диплом кандидата наук КА № 000447	1. Удостоверение о ПК № 612400038030 от 06.10.2023 «Экономика и управление в образовательной организации высшего образования» ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», г. Ростов-на-Дону, 06.10.2023, 36 ч. 2. Сертификат о прохождении стажировки №000371 «Грантовое обеспечение научной деятельности» ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» г. Ростов-на-Дону, 03.11.2023, 36 ч. 3. Удостоверение о ПК №7779690 «Специалист организации заказчика. Сфера государственных закупок» ООО «РТС-тендер», г. Москва, 16.03.2023, 120 ч. 4. Удостоверение о ПК №УПК 23 172381 «Психолого-педагогическое сопровождение процессов социокультурной адаптации в образовательной среде» ФГАОУ ВО «РУДН», г. Москва, 05.11.2024, 18 ч. 5. Сертификат №С-2024-00021 «Интеллектуальная собственность в цифровой экономике: от заявки до внедрения» ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности», г. Москва, 29.02.2024, 24 ч.

				6. Удостоверение о ПК №771803728780 «Патентное право» ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности», г. Москва, 27.05.2025, 26 ч. 7. Удостоверение ПК №771803728954 «Актуальные вопросы оценки объектов интеллектуальной собственности», г. Москва, 26.06.2025, 24 ч. 8. Удостоверение №771803728911 «Оформление и экспертиза заявки на объекты интеллектуальной собственности (изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки) по отраслевым направлениям», ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности» г. Москва, 06.06.2025, 48 ч. 9. Удостоверение о ПК №0251506 «Организация работы с обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) в контексте реализации обновленных ФГОС НОО и ФГОС ООО» ООО «Московский институт профессиональной переподготовки и повышения квалификации педагогов» г. Москва, 19.02.2025, 72 ч. 10. Удостоверение о ПК №24185607 «Психолого-педагогическое сопровождение процессов социокультурной адаптации в образовательной среде» ФГАОУ ВО "РУДН", г. Москва, 11.11.2025, 18 ч. 11. Удостоверение о ПК №771803728874 «Патентный поиск» ФГБУ «Федеральный институт

				промышленной собственности» г. Москва, 30.05.2025, 24 ч. 12. Диплом о ПП №000000232663 «Медиакоммуникации: медийные и образовательные аспекты» ООО "Инфоурок" г. Смоленск, 29.01.2025, 600 ч. 13. Диплом о ПП №0069919 «Государственное и муниципальное управление в образовательных организациях» ООО "Московский институт профессиональной переподготовки и повышения квалификации педагогов" г. Москва, 29.01.2025, 600 ч.
Левченко Денис Максимович	По основному месту работы	Должность – ассистент кафедры маркетинга и торгового дела	Высшее, магистр, экономика, диплом магистра №276/22	1. Сертификат о повышения квалификации №0546 от 24.03.2025г., «Обучение инвалидов и лиц с ОВЗ», 16 часов, ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ», г. Донецк 2. Удостоверение о повышении квалификации №722025013417 от 02.11.2025г., «Методика антикоррупционного просвещения и воспитания в организациях высшего образования 2025 (для педагогических работников образовательных организаций)», 18 часов, ФГБОУ ВО "Тюменский государственный университет", г. Тюмень

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ Маркетинг продаж

(шифр и название дисциплины)

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело
(код и наименование)

Профиль -
(наименование)

Трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

знать: общую схему процесса продажи; психологические особенности и специфику делового взаимодействия с людьми различных типов поведения; ключевые направления процесса взаимодействия с покупателями; техники и приемы продаж, используемые при работе с клиентами; потребности покупателя и способы влияния на принимаемые им решения.

(перечень знаний)

уметь: работать с индивидуальными и групповыми клиентами; настраиваться на клиента, его потребности и предпочтения; понять запросы покупателя; упреждать различные критические ситуации в процессе продажи; корректировать свои действия с учетом особенностей поведения клиента;

(перечень умений)

владеть: методами реализации управленческих функций и принятием решений; владеть методами и средствами управления продажами и торговым бизнесом.

(перечень умений)

Компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ПК-4. Способность к формированию маркетинговой стратегии организации, планированию и контролю маркетинговой деятельности организации	ИДК-2 ПК-4 Уметь проводить оценку результативности маркетинговых программ; осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации. ИДК-3 ПК-4 Владеть навыками создания и развития стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации; создания и развития операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации

Смысловой модуль 1. Продажи в системе маркетинга

Тема 1.Продажи в системе маркетинга

Тема 2. Организация взаимодействия с покупателями: технологии и стратегии продаж

Смысловой модуль 2. Сущность и организация взаимодействия с покупателями

Тема 1. Процесс продажи

Тема 2. Технологии нейролингвистического программирования в организации

Смысловой модуль 3. Сущность и организация взаимодействия контактного персонала с покупателями

Тема 1. Контактный персонал и работа с клиентами
Тема 2. Поведение покупателей
Тема 3. Классификация клиентов по стереотипам поведения
Тема 4. Работа с проблемными клиентами в процессе продаж

(перечень смысловых модулей и тем дисциплины)

Форма промежуточной аттестации: зачёт
(зачет, экзамен)

Разработчики:
Бессарабова Анна Александровна, к.э.н., доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание) (подпись)

Левченко Денис Максимович, старший преподаватель
(ФИО, ученая степень, ученое звание) (подпись)

Заведующий кафедрой маркетинга и торгового дела
Рвачёва Ирина Михайловна, к.э.н., - КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА
(подпись)