

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор учреждения
образования «Белорусский
государственный экономический
университет»

Е.Ф. Киреева

«04» 04 2023 г.

Регистрационный № УД 5363 -23/уч.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности
1–25 01 16 «Экономика и управление на рынке недвижимости»

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-25 01 16-2021 для специальности 1-25 01 16 «Экономика и управление на рынке недвижимости», учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1–25 01 16 «Экономика и управление на рынке недвижимости», утвержденного 06.07.2021 г., регистрационный № 21 ДГН-101.

СОСТАВИТЕЛИ:

Климченя Л.С., заведующий кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Свирейко Н.Е., доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Якушенко К.В., заведующий кафедрой маркетинга Белорусского национального технического университета, доктор экономических наук, доцент;

Леднева И.А., доцент кафедры экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 12.01.2023 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 01 . 03 .2023).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Управление продажами» входит в профессиональный цикл дисциплин учебного плана подготовки студентов специальности «Экономика и управление на рынке недвижимости» и относится к дисциплинам по выбору.

Продажи являются основой успешного бизнеса на рынке недвижимости. В современных условиях выигрывают те организации, которые имеют наиболее эффективную систему управления продажами и взаимодействия с клиентами. В связи с этим возникает необходимость подготовки экономистов-менеджеров, обладающих умениями организовать деловые контакты в ходе продаж и управлять поведением покупателей.

Учебная программа учебной дисциплины «Управление продажами» составлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к экономистам-менеджерам, работающим на рынке недвижимости, и предусматривает формирование знаний относительно сущности и видов продаж, субъектов и объектов, применяемых методов и техник, этапов организации и планирования продаж на рынке недвижимости.

Цель преподавания учебной дисциплины – формирование системы профессиональных знаний в области управления продажами, приобретение практических навыков и умений организации продаж на рынке недвижимости.

Задачи учебной дисциплины:

- обеспечить теоретическую подготовку будущих специалистов и сформировать у них понятийный аппарат в области управления продажами,
- привить практические навыки оценки предпочтений и управления поведением покупателей,
- сформировать представление об основных этапах организации продаж на рынке недвижимости,
- ознакомить с техниками, методами и приемами взаимодействия с покупателями на различных этапах заключения торговой сделки,
- выработать умения в области планирования и организации продаж, управления персоналом.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- сущность, цель и задачи, принципы и модели управления продажами;
- факторы, определяющие поведение покупателей объектов недвижимости;
- этапы, технологии и техники продаж;
- особенности создания системы управления продажами в организации;

уметь:

- использовать концепции, принципы и методы управления продажами;
- управлять поведением покупателей недвижимости;
- использовать эффективные техники ведения деловых переговоров в ходе продаж;
- проводить переговоры, презентации и показы объектов недвижимости,

работать с возражениями покупателей;

- оценивать эффективность управления продажами;

владеть:

- методами выявления мотивов, потребностей и управления поведением покупателей;

- эффективными приемами и техниками продаж;

- навыками проведения переговоров, презентаций и показов объектов недвижимости;

- инструментарием планирования и разработки программ продаж, управления персоналом отдела продаж.

Подготовка специалистов в рамках изучения данной учебной дисциплины должна обеспечить формирование следующей **специальной компетенции:**

- СК-21. Планировать и анализировать продажи объектов недвижимости, реализовывать торговый потенциал.

Учебная дисциплина «Управление продажами» связана с другими учебными дисциплинами по специальности, в том числе «Менеджмент организаций недвижимости», «Жилая и нежилая недвижимость», «Коммерческая деятельность на рынке недвижимости» и др.

Аудиторная работа со студентами предусматривает чтение лекций, проведение практических и семинарских занятий. Контроль знаний студентов осуществляется путем опросов на практических и семинарских занятиях, проведения контрольных работ, тестирования, сдачи экзамена.

В соответствии с учебным планом учреждения высшего образования по специальности 1–25 01 16 «Экономика и управление на рынке недвижимости» учебная программа рассчитана на 136 часов, из них аудиторных занятий – 68 часов (заочная форма обучения - 14 часов). Распределение аудиторного времени по видам занятий, курсам и семестрам:

- ДФО: 3 курс, 5 семестр: лекции - 36 часов, практические занятия - 14 часов, семинарские занятия – 18 часов;

- ЗФО ССО: 2 курс, 4 семестр: лекции – 4 часа; 3 курс, 5 семестр: лекции - 4 часа, практические занятия - 2 часа, семинарские занятия - 4 часа.

Форма текущей аттестации – экзамен (ДФО); тест, экзамен (ЗФО ССО).

Количество зачетных единиц - 3.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

Тема 1. Продажи как объект управления на рынке недвижимости

Продажи и их значение в деятельности организаций, работающих на рынке недвижимости. Продажи как процесс и как результат деятельности. Субъекты и объекты продаж. Виды продаж: активные и пассивные. Типы продаж.

Понятие о процессе продажи. Функции процесса продажи.

Персональные (личные) продажи: сущность, задачи и особенности, функции и принципы. Виды и формы личных продаж. Модель личных продаж. Понятие о технологии личных продаж. Преимущества и недостатки личных продаж.

Тема 2. Теоретические основы управления продажами

Сущность управления продажами. Цель и задачи управления продажами. Общие и частные принципы управления продажами. Роль и значение рыночной среды в управлении продажами.

Цикл управления продажами. Модели управления продажами: предпринимательская, транзакционная, консультационная. Сложные продажи и особенности управления ими.

Модели продаж: лестница продаж, система крупных (сложных) продаж по методу СПИН, система конкурентных продаж по методу КЛИН и др.

Стратегия управления продажами. Формирование стратегии управления продажами.

РАЗДЕЛ 3. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ПРОДАЖИ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ

Тема 3. Этапы продажи объектов недвижимости

Поиск потенциальных покупателей. Способы привлечения потенциальных покупателей. Принципы поиска покупателей. Методы поиска покупателей. Формирование базы клиентов.

Планирование встречи с потенциальным покупателем. Первичные переговоры с клиентом. Согласование условий встречи. Подготовка ко встрече с покупателем.

Презентация и показы объектов недвижимости. Методы воздействия на покупателя при встрече. Методы проведения презентации. Использование виртуальных туров. Правила проведения и приемы показа объектов недвижимости.

Работа с возражениями покупателей. Виды возражений. Правила работы с возражениями. Приемы обоснования цены объекта недвижимости. Методы

снятия возражений: метод бумеранга, метод встречных вопросов, метод отложенного ответа, метод отрицания, метод скрытого отрицания, метод компенсации, метод доказательств.

Завершение и оформление сделки. Приемы завершения сделки. Подготовка к оформлению сделки. Договоренности сторон. Система мероприятий после завершения сделки.

Тема 4. Стили и техники продаж

Стили продажи: безразличный, агрессивный, эмоциональный, стиль универсального продавца и стиль среднего продавца. Роли продавца в процессе продажи. Факторы успеха в продажах: навыки продаж, знание бизнеса, внешний вид, отношение к продажам, умение адаптироваться к различным типам клиентов.

Техники продаж. Виды техник продаж, применяемых для объектов недвижимости.

Техника активного слушания. Приемы по установлению и поддержанию контакта с покупателем.

Техника «СВ» (свойства – выгода).

Техника постановки вопросов по методу «СПИН». Виды вопросов и последовательность их постановки.

Техника общения с клиентами по телефону. Правила ведения телефонного разговора с покупателем.

Тема 5. Брендинг на рынке недвижимости

Сущность брендинга. Роль брендинга в управлении продажами. Этапы брендинга на рынке недвижимости.

Виды брендов. Компоненты бренда. Продвижение бренда на рынке недвижимости.

РАЗДЕЛ 3. УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ С ПОКУПАТЕЛЯМИ В ПРОЦЕССЕ ПРОДАЖИ

Тема 6. Взаимодействие с покупателями на рынке недвижимости

Подходы к обоснованию поведения покупателей: экономический, психологический, социологический, антропологический. Факторы, влияющие на принятие решения о покупке объекта недвижимости. Внешние факторы: факторы культуры, социальные и ситуационные. Внутренние факторы: личностные и психологические. Этапы принятия решения о покупке. Факторы, определяющие поведение покупателей-организаций.

Типология покупателей объектов недвижимости в зависимости от особенностей восприятия, темперамента, характера, стиля поведения и общения. Особенности взаимодействия с покупателями разных типов. Стили покупок.

Стратегии управления клиентами на рынке недвижимости. Стратегии привлечения клиентов и стратегии удержания клиентов.

Управление взаимоотношениями с клиентами на основе CRM-концепции.

Инструменты маркетинговых коммуникаций на рынке недвижимости.

Тема 7. Лояльность покупателей объектов недвижимости

Сущность лояльности. Виды и типы лояльности. Факторы лояльности. Методы оценки лояльности покупателей.

Персонализация обслуживания и установление долгосрочных отношений с клиентами. Стандарты обслуживания покупателей на рынке недвижимости. Виды программ лояльности покупателей объектов недвижимости.

РАЗДЕЛ 4. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ НЕДВИЖИМОСТИ

Тема 8. Планирование продаж

Сущность планирования продаж. Принципы планирования продаж. Этапы планирования продаж. Цели в области продаж. Разработка стратегии продаж. Факторы, учитываемые при планировании продаж.

Виды планов продаж. Понятие о планке продаж. Направления и показатели планирования продаж. Методы планирования продаж объектов недвижимости.

Тема 9. Организация и стимулирование продаж объектов недвижимости

Сущность организации продаж и ее цели. Выбор организационной структуры управления продажами: территориальная, товарная, рыночная. Выбор каналов продаж. Взаимодействие застройщиков с организациями-посредниками.

Построение отдела продаж. Задачи и структура отдела продаж. Разработка Положения об отделе продаж. Функциональное разделение труда в отделе продаж. Классификация специалистов в области продаж, решаемые задачи. Определение численности работников отдела продаж. Найм, отбор и адаптация сотрудников. Техническая поддержка отдела продаж.

Сущность стимулирования продаж. Направления стимулирования продаж. Инструменты стимулирования продаж объектов недвижимости.

Тема 10. Мотивация персонала отдела продаж

Требования к системе мотивации персонала отдела продаж. Подходы к формированию системы мотивации персонала: индивидуальный, традиционный, с ориентацией на достижение результата. Инструменты повышения мотивации персонала.

Тема 11. Контроль и оценка эффективности продаж объектов недвижимости

Уровни и показатели контроля продаж. Виды и направления контроля деятельности отдела продаж. Оценка работы отдела продаж и его сотрудников. Оценка качества оказания услуг, связанных с продажей объектов недвижимости.

Оценка эффективности продаж. Использование воронки продаж. Количественные и качественные показатели работы, характеризующие эффективность продаж объектов недвижимости.

Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Управление продажами»
для дневной формы получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР				
						Л	Пз			Лаб
	Раздел 1. Введение в управление продажами									
1	Продажи как объект управления на рынке недвижимости	2	2					[3, 5, 6, 9, 12]	Опрос	
2	Теоретические основы управления продажами	2	2					[3, 5, 6, 8, 9]	Контрольная работа № 1	
	Раздел 2. Управление процессом продажи объектов недвижимости									
3	Этапы продажи объектов недвижимости	6		4			2	[1, 2, 9, 11-16]	Опрос	
4	Стили и техники продаж	4	2	4		2		[3, 5, 8, 17]	Опрос	
5	Брендинг на рынке недвижимости	2	2					[3, 5]	Контрольная работа № 2	
	Раздел 3. Управление взаимодействием с покупателями в процессе продажи									
6	Поведение покупателей на рынке недвижимости	6		4				[3, 5, 7, 12, 17]	Опрос, тест	
7	Лояльность покупателей объектов недвижимости	2		2		2		[4, 5]	Контрольная работа № 3	
	Раздел 4. Система управления продажами в организации недвижимости									
8	Планирование продаж	2	2					[3, 5, 6, 7, 10]	Опрос	
9	Организация и стимулирование продаж объектов недвижимости	2	2					[3, 4, 5, 10]	Опрос	
10	Мотивация персонала отдела продаж	2		2				[3, 5, 6, 10]	Опрос	
11	Контроль и оценка эффективности продаж объектов недвижимости	2	2					[3, 5, 6, 10]	Опрос	
	Всего часов	32	14	16		4	2		Экзамен	

Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Управление продажами»
для заочной сокращенной формы получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП				
						Л	Пз			Лаб
Раздел 1. Введение в управление продажами										
1	Продажи как объект управления на рынке недвижимости	1						[3, 5, 6, 9, 12]		
2	Теоретические основы управления продажами	1						[3, 5, 6, 8, 9]		
Раздел 2. Управление процессом продажи объектов недвижимости										
3	Этапы продажи объектов недвижимости	1						[1, 2, 9, 11-16]		
4	Стили и техники продаж	1	1					[3, 5, 8, 17]	Опрос	
5	Брендинг на рынке недвижимости		1					[3, 5]	Опрос	
Раздел 3. Управление взаимодействием с покупателями в процессе продажи										
6	Поведение покупателей на рынке недвижимости	1		1				[3, 5, 7, 12, 17]	Опрос	
7	Лояльность покупателей объектов недвижимости	1		1				[4, 5]	Опрос	
Раздел 4. Система управления продажами в организации недвижимости										
8	Планирование продаж	1						[3, 5, 6, 7, 10]		
9	Организация и стимулирование продаж объектов недвижимости	1						[3, 4, 5, 10]		
10	Мотивация персонала отдела продаж			1				[3, 5, 6, 10]	Опрос	
11	Контроль и оценка эффективности продаж объектов недвижимости			1				[3, 5, 6, 10]	Опрос	
Всего часов		8	2	4					Тест, экзамен	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Управление продажами»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2–2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Самостоятельная работа студентов предусматривает следующее:

- ознакомление с учебной программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по учебной дисциплине, изучение и подбор необходимой основной и дополнительной литературы;
- проработку обзорного лекционного материала и рекомендованной преподавателем специальной литературы;
- подготовку к практическим и семинарским занятиям с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовку к выполнению управляемой самостоятельной работы, проведению диагностических форм контроля (письменные контрольные работы, устные опросы, тесты);
- подготовку к экзамену.

Нормативные и законодательные акты

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь : Кодекс Республики Беларусь от 07.12.1998 № 218-3 (в ред. от 31.12.2021 г.) // Консультант Плюс: Беларусь / ООО «ЮрСпект», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2021.

2. Жилищный кодекс Республики Беларусь : Кодекс Республики Беларусь от 28.08.2012 № 428-3 (в ред. от 04.05.2019 г.) // Консультант Плюс: Беларусь / ООО «ЮрСпект», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

3. Кузнецов, И. Н. Управление продажами: учебно-практическое пособие для бакалавров / И. Н. Кузнецов. — 3-е изд. — М. : «Дашков и К^о», 2016. – 491 с.

4. Шальнова, О. А. Стимулирование продаж: принципы, методы, оценка : учебное пособие для студентов высших учебных заведений,

обучающихся по направлению 38.03.06 «Торговое дело» / О. А. Шальнова. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 106 с.

Дополнительная:

5. Климченя, Л. С. Управление продажами : электронный учебно-методический комплекс для студентов специальностей 1-25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров», 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», 1-25 01 16 «Экономика управления на рынке недвижимости» [Электронный ресурс] / Климченя Л. С., Ярцев А. И., Свирейко Н. Е. — Минск : БГЭУ, 2020. — Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/19718>. — Дата доступа: 09.01.2023.

6. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами: учеб. пособие для вузов / Д. Джоббер, Дж. Ланкастер. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 622 с. — ISBN 978-5-238-00465-6. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=341029> (дата обращения: 09.01.2023). — Режим доступа: по подписке.

7. Иванова, Е. А. Управление продажами : учебно-методическое пособие / Е. А. Иванова, В. А. Шлеин. — М. : РУТ (МИИТ), 2020. — 58 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/175973> (дата обращения: 09.01.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8. Управление продажами : учебник / под общ. ред. С.В. Земляк. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. — 300 с. — ISBN 978-5-9558-0531-3. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=339614> (дата обращения: 09.01.2023). — Режим доступа: по подписке.

9. Управление продажами : учебник / под редакцией В. В. Панюковой, О. Н. Жильцовой. — М. : Центркаталог, 2020. — 208 с. — ISBN 978-5-903268-29-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/161560> (дата обращения: 09.01.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

10. Продажи . — М. : Альпина Паблишер, 2020. — 210 с. — ISBN 978-5-9614-3206-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/163637> (дата обращения: 09.01.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

11. Парусова, Г. В. Профессия риэлтор. 48 шагов на пути к успеху / Г.В. Парусова. — 3-е изд. — Ростов н/Д : Феникс, 2015. — 224 с.

12. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник. — Минск: БГЭУ, 2020. — 541 с.

13. Парусова, Г. Секреты риэлторского мастерства / Г. Парусова. — Изд. 6. — Ростов н/Д: Феникс, 2013. — 221 с.

14. Шабалин, В. Г. Сделки с недвижимостью. Учебник риэлтера. Часть 1 / В. Г. Шабалин, А. А. Хромов. — 6-е изд., перераб. и доп. — М. : «Филинь»: «Омега-Л», 2016. — 688 с. : ил.


15. Зеллер, Д. Как стать успешным агентом по недвижимости для

«чайников» / Д. Зеллер. — М. : Диалектика, 2016. — 336 с.

16. Попов, С. Искусство покупать и продавать жилье / С. Попов. — М. : РОСТкнига, 2016. — 205 с.

17. Кондрашов, В. М. Управление продажами: учеб. пособие / В. М. Кондрашов; под ред. В. Я. Горфинкеля. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — ISBN 978-5-394-02640-9. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=343924> (дата обращения: 09.01.2023). — Режим доступа: по подписке.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Комплексная оценка недвижимости	Кафедра экономики торговли и услуг	<p style="text-align: center;">Нет</p> 	Учебную программу по учебной дисциплине «Управление продажами» рекомендовать к утверждению (протокол № 6 от 12.01.2023 г.)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на ____/____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости (протокол № __ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой
канд. экон. наук, доцент

Л.С. Климченя

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
канд. экон. наук, доцент

А.И. Ерчак