**《销售管理》教学大纲**

**一、课程基本信息**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | 专业课程 | | **课程性质** | 必修 | **课程属性** | 理论 | |
| **课程名称** | 销售管理 | | | **课程英文名称** | Marketing management | | |
| **课程编码** | J38B120F | | | **适用专业** | 市场营销 | | |
| **考核方式** | 考试 | | | **先修课程** | 市场营销学 | | |
| **总学时** | 48 | **学分** | | **3** | **理论学时** | | 32 |
| **实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时** | | | | 实践学时：16 | | | |
| **开课单位** | | | | 商学院 | | | |

**二、课程简介**

《销售管理》是市场营销专业的一门专业必修课程，它是为培养我国社会主义现代化建设所需要的高层次、高质量的管理人才服务的。它是一门建立在市场营销管理理论基础之上的应用型学科，有较强的实践性。通过本课程的教学，应使学生比较全面系统地掌握销售管理的基本理论、基本知识和基本方法，认识在发展社会主义市场经济的进程中加强企业销售管理的重要性，掌握销售管理在企业营销活动中的作用、销售职业中的道德与法律问题、企业销售组织、销售人员的培养与激励、销售人员绩效考核、销售计划管理、销售区域设计等内容。通过系统的学习，培养学生的销售管理技能，提升他们未来的职业竞争能力，以使学生能够较好地适应市场营销管理工作实践的需要，更好地服务于国家创新体系建设和社会主义市场经济建设，有效地迎接21世纪社会经济发展中将要面临的新问题、新挑战。

**三、课程教学目标**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程教学目标** | | **支撑毕业要求指标点** | **支撑毕业要求** |
| **知**  **识**  **目**  **标** | **目标1：**通过本课的学习，要求学生了解销售职业，认识销售、销售管理和销售伦理掌握销售过程，认识销售准备，理解关系销售，会处理顾客异议能够进行销售规划与设计，制定销售计划、销售预测、销售配额和销售预算。 | 1.2系统掌握市场营销学、消费者行为学、客户关系管理、连锁经营管理、广告学、品牌管理、销售管理、市场调查与预测等专业理论知识与方法。 | 1.专业知识 |
| **能**  **力**  **目**  **标** | **目标2：**要求学生掌握销售区域管理技能，进行销售区域划分和设计、业务管理和管理销售网络成员，能够进行销售组织建设，设计销售组织、带领团队高效运作，能够甄选销售人员、对其培训、以及设计相应的薪酬制度，掌握销售人员的行为和动机、对其采取有效的激励措施，并进行绩效考评，能够进行销售货品管理，掌握订发货退货的管理、终端管理和窜货管理能够分析客户商业价值，对客户进行信用管理，能够掌握销售服务管理，提高服务质量。能够利用销售额、销售费用、销售效率等分析工具进行销售分析与评估，能够把握销售管理的新趋势，学会利用网络进行销售管理。 | 2.1 能够应用市场营销相关理论和方法分析并解决企业市场营销实践问题。 | 2.问题分析 |
| **素**  **质**  **目**  **标** | **目标3：**培养学生爱岗敬业、诚实守信、公平公正、奉献社会、忠诚企业的职业操守：在以小组为单位实施教学项目过程中，培养学生树立自主学习、主动学习的良好品格，具备从事销售管理工作的综合素质和能力。 | 7.1具有良好的语言和文字表达能力，能够独立完成岗位营销任务。 | 7.沟通 |

**四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略**

**（一）理论教学**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **教学模块** | **学时** | **主要教学内容与策略** | **学习任务安排** | **支撑课程目标** |
| **销售管理导论** | 6 | **重点：**销售的性质；销售管理的基本原理。  **难点：**销售方格理论；销售模式。  **思政元素：**树立正确商业价值观，遵守法律的基本原则。  **教学方法与策略：**线下教学。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | **课前**：自行预习  **课堂：**对本次课程内容设计一些问题，并引导学生回答与互动  **课后：自行**复习 | 目标1 |
| **销售组织** | 4 | **重点：**销售组织的类型；销售组织岗位职责；  销售计划。  **难点：**销售计划的制订。  **教学方法与策略：**线下教学。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | **课前**：自行预习  **课堂：**对本次课程内容设计一些问题，并引导学生回答与互动  **课后：自行**复习 | 目标1  目标2 |
| **销售预算** | 4 | **重点：**销售预测；销售配额和销售预算的制定方法。  **难点：**销售计划概述和编制；分配销售配额的方法。  **教学方法与策略：**线下教学。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | **课前**：自行预习  **课堂：**对本次课程内容设计一些问题，并引导学生回答与互动  **课后：自行**复习 | 目标1  目标2  目标3 |
| **销售过程管理** | 6 | **重点：**寻找准顾客；销售陈述。  **难点：** 处理异议的主要方法。  **思政元素：**社会主义核心价值观；社会责任感  **教学方法与策略：**线下教学。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | **课前**：自行预习  **课堂：**对本次课程内容设计一些问题，并引导学生回答与互动  **课后：自行**复习 | 目标1  目标2 |
| **销售对象管理** | 4 | **重点：**销售人员的招聘途径与录用过程；销售人员培训的内容；销售激励的方法。  **难点：**销售人员的招聘途径与录用过程、销售人员培训的内容；销售激励的方法。  **思政元素：**社会主义核心价值观；社会责任感  **教学方法与策略：**线下教学。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，学生组织策划一次线下活动。 | **课前**：自行预习  **课堂：**对本次课程内容设计一些问题，并引导学生回答与互动  **课后：自行**复习 | 目标2  目标3 |
| **销售人员管理** | 4 | **重点：**销售人员业绩考评的程序；销售人员业绩考评的意义和原则。  **难点：**销售薪酬制度的类型；建立销售人员薪酬制度的原则。  **思政元素：**合作共赢；爱国主义  **教学方法与策略：**线下教学。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | **课前**：自行预习  **课堂：**对本次课程内容设计一些问题，并引导学生回答与互动  **课后：自行**复习 | 目标1目标2  目标3 |
| **销售管理控制** | 4 | **重点：**“四把钢钩”管理控制模式的内容及步骤。  **难点：**销售管理控制的方向和内容；销售队伍日常管理控制中常见的问题。  **教学方法与策略：**线下教学。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | **课前**：自行预习  **课堂：**对本次课程内容设计一些问题，并引导学生回答与互动  **课后：自行**复习 | 目标2  目标3 |

**（二）实践教学**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **实践类型** | **项目名称** | **学时** | **主要教学内容** | **项目**  **类型** | **项目**  **要求** | **支撑课程目标** |
| 训练 | **销售计划的编写** | 2 | **重点**：销售配额；销售计算；  **难点**：销售费用的确定与管理；营销控制  **思政元素**：培养严谨预测和事先制订科学的销售目标的良好习惯 | 训练 | 培养学生运用科学方法整理与分析信息的能力 | 目标1  目标2  目标3 |
| 训练 | **推销与洽谈** | 2 | **重点**：销售的性质；销售管理的基本原理  **难点**：销售方格理论；销售模式  **思政元素**：职业道德；诚信经营；公平竞争 | 训练 | 训练学生如何把握要推销洽谈的目标与原则 | 目标1  目标2  目标3 |
| 训练 | **处理异议的技巧应用** | 2 | **重点**：自觉培养团队意识、服务意识  **难点**：处理异议的主要方法  **思政元素：**社会主义核心价值观；社会责任感 | 训练 | 训练学生处理各种顾客的异议的技巧。 | 目标1  目标2  目标3 |
| 实训 | **探讨岗位需求分析** | 2 | **重点**：市场营销4P策略；工作岗位需求分析  **难点**： 应对不同的4P营销策略；开展工作岗位需求分析，寻找异同和规律。  **思政元素**：合作共赢；爱国主义。生活营销化；全媒体时代；加强法律观念。 | 实训 | 根据不同的4P策略分析岗位需求及异同 | 目标1  目标2  目标3 |
| 实训 | **如何成为销售人员** | 2 | **重点：**树立成为销售管理职业经理人的宏伟目标；针对销售职业的素质要求努力提升自身素质  **难点：**能够处理销售管理中的伦理问题；  能够正确定位销售管理的角色。  **思政元素：**了解销售人员所承担的经济、法律、伦理、道德责任。 | 实训 | 采访一位或多位销售人员，草拟一份简要的采访报告，内容包括他们做什么工作，喜欢什么工作，讨厌什么工作，以及他们为什么要选择从事销售职业，他们为什么认为从事销售工作可以获得成功？ | 目标1  目标2  目标3 |
| 训练 | **销售陈述训练** | 2 | **重点：**了解销售人员应该准备的销售知识和技能，并进行自我提高。  **难点：**正确认识客户的异议，努力从客户异议中寻求商机。  **思政元素：**社会责任感、合作共赢 | 训练 | 假如你是一位迪斯尼少儿英语培训机构的销售主管，准备去拜访一位只有小学文化的经营木材生意的老板。 | 目标1  目标2  目标3 |
| 综合 | **学习销售预算** | 2 | **重点：**销售目标、销售配额、销售预算的含义  **难点：**培养严谨预测和事先制订科学的销售目标的良好习惯  **思政元素：**诚信；职业道德；爱岗敬业 | 综合 | 请认真阅读某太阳能企业的市场费用预算管理制度 | 目标1  目标2  目标3 |
| 设计 | **设计区域经理的采访报告** | 2 | **重点：**销售区域含义、销售区域目标、销售区域设计、销售区域开发  **难点：**结合具体产品进行初步的销售区域设计；销售区域开发的策略  **思政元素：**职业精神；互惠互利；合作共赢 | 设计 | 采访一位或多位区域经理，草拟一份简要的采访报告，其内容包括问他们如何划分销售区域、如何进行销售区域的开发、如何使用销售地图、如何管理好下属的工作时间、如何选择与评估其经销商或代理商、如何对经销商或代理商进行有效的激励等，并将采访报告进行PPT演讲和交流。 | 目标1  目标2  目标3 |
|  | 备注： 项目类型填写验证、综合、设计、训练等。 | | | | | |

**五、学生学习成效评估方式及标准**

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考试两个部分组成。

1.平时成绩（占总成绩的30%）：采用百分制。平时成绩分作业（10%）、课堂表现（10%）和考勤（10%）三个部分。评分标准如下表：

|  |  |
| --- | --- |
| **分数** | **评 分 标 准** |
| **1.作业；2.课堂表现；3.考勤** |
| 90～100分 | 1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确。  2.课堂表现非常好，积极思考，参与课堂讨论，主动回答问题；回答问题3次及以上，问题回答正确、分析全面。  3.无旷课、迟到、早退及因事请假情况。 |
| 80～89分 | 1.作业书写工整、书面整洁；80%以上的习题解答正确。  2.课堂表现好，积极思考，参与课堂讨论，主动回答问题；回答问题1-2次，问题回答正确、分析全面。  3.无旷课、迟到、早退情况，事假1-2次。 |
| 70～79分 | 1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确。  2.课堂表现较好，能够积极思考，参与课堂讨论，回答问题；回答问题1次，问题回答较正确、分析较全面。  3.旷课次数1次或迟到、早退次数1-2次或事假3次。 |
| 60～69分 | 1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确。  2.课堂表现一般，能够积极思考，参与课堂讨论。  3.旷课次数2次或迟到、早退次数3-4次或事假4-5次。 |
| 60分以下 | 1.字迹模糊、作业书写零乱；超过40%的习题解答不正确。  2.课堂表现不佳，不认真听讲，不参与课堂讨论。  3.旷课次数2次以上或迟到、早退次数4次以上或事假次数5次以上。 |

2.期末考试（占总成绩的70%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **考核**  **模块** | **考核内容** | **主要**  **题型** | **支撑目标** | **分值** |
| 销售管理导论 | 销售的性质；销售管理的基本原理；销售管理和营销管理的区别；掌握销售方格理论；顾客的购买心理和行为特征；销售漏斗理论。 | 选择题、判断、名词解释、简答题 | 目标1、2 | 15 |
| 销售组织 | 销售组织的类型；销售组织岗位职责。 | 选择题、判断、名词解释、简答题 | 目标1、2 | 10 |
| 销售预算 | 销售目标；销售配额；销售预算的方法；销售计划概述和编制；分配销售配额的方法。 | 选择题、判断、名词解释、简答题 | 目标1 | 15 |
| 销售过程管理 | 销售活动的基本流程与相关技巧；掌握寻找顾客、约见顾客、接近顾客、销售展示、处理客户异议的常用策略与技巧。 | 选择题、判断、名词解释、简答题、论述题、案例分析 | 目标1、2、3 | 20 |
| 销售对象管理 | 销售人员的招聘途径与录用过程、销售人员培  训的内容；销售激励的一般理论，销售激励的  原则、形式及方法。 | 选择题、判断、名词解释、简答题、  论述题、案例分析 | 目标1、2、3 | 25 |
| 销售人员管理 | 销售人员业绩考评的程序；销售人员业绩考评的意义和原则；销售薪酬制度的类型；销售人员薪酬制度的原则。 | 选择题、判断、名词解释、简答题 | 目标1、3 | 10 |
| 销售管理控制 | “四把钢钩”管理控制模式的内容及步骤；销售管理控制的方向和内容；销售队伍日常管理控制中常见的问题。 | 选择题、判断、名词解释、简答题 | 目标1 | 5 |

1. **教学安排及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **教学安排事项** | **要 求** |
| 1 | 授课教师 | 职称：讲师及以上 或 学历（位）：硕士研究生及以上  其他：无 |
| 2 | 课程时间 | 周次：无  节次：无 |
| 3 | 授课地点 | ☑教室 □实验室 □室外场地  □其他： |
| 4 | 学生辅导 | 线上方式及时间安排：与学生沟通确定后再通知  线下地点及时间安排：与学生沟通确定后再通知 |

**七、选用教材**

[1]顾金兰.销售管理（第3版）[M].东北：东北财经大学出版社，2019年6月。

[2][戴维·乔布](http://search.dangdang.com/?key2=%B4%F7%CE%AC%A1%A4%C7%C7%B2%BC&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \o "戴维·乔布 杰夫·兰开斯特).销售与销售管理（第10版）[M].北京：中国人民大学出版社，2020年5月。

**八、参考资料**

[1]刘祖有.销售漏斗与销售管理（第2版）[M].北京：中华工商联合出版社,2021年5月。

[2]马驰.销售管理（第3版）[M].北京：化学工业出版社，2021年7月。

[3]陈军.销售团队该这样管（第1版）[M].北京：中信出版社，2021年7月。

[4][博恩·崔西](http://search.dangdang.com/?key2=%B2%A9%B6%F7%A1%A4%B4%DE%CE%F7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \o "博恩·崔西).销售管理（第1版）[M].北京：中国科学技术出版社，2021年11月。

**网络资料**

[1]网络营销.北京交通大学.孙熙安。中国大学慕课

[2]网络营销.山东财经大学.刘培德。中国大学慕课

**其他资料**

[1]数字营销虚拟仿真实践平台[fangzhen.ejuster.cn/](https://fangzhen.ejuster.cn/)

[2]营销工程与创新研究中心[www.whueb.com](https://www.whueb.com/)

大纲执笔人：方雪梅

讨论参与人：吴伟杰

系（教研室）主任：罗芳

学院（部）审核人：罗卫国