

《销售管理》教学大纲

课程名称：销售管理	课程类别（必修/选修）：选修	
课程英文名称：sales management		
总学时/周学时/学分：32/4/2	其中实验/实践学时：0	
先修课程：管理学原理、市场营销学		
后续课程支撑：销售管理实训		
授课时间：6-13 周，周三 1-2 节，周五 1-2 节	授课地点：莞城 6409（周三）；莞城 6411（周五）	
授课对象：2020 工商管理 1-2 班；2022 工商管理 1 班（专升本）		
开课学院：经济与管理学院		
任课教师姓名/职称：贺艳春/副教授		
答疑时间、地点与方式： 1.课堂：每次上课的课前、课间和课后进行答疑； 2.课外：可直接到管理系办公室进行答疑 3.线上：建立微信课程群，实施线上答疑。		
课程考核方式：开卷（ ）闭卷（ ）课程论文（✓）其它（ ）		
使用教材：熊银解主编《销售管理》(第三版)，高等教育出版社 （说明：此为教师使用教材，学生不订教材）		
教学参考资料：专业杂志：销售与市场		
课程简介： 《销售管理》课程是工商管理专业的选修（专业方向）课程。通过本课程的学习，使学生树立现代销售管理观念，懂得销售管理的基本理论，掌握销售管理的基本知识、基本技能并能灵活地加以应用，为将来从事营销类或销售类工作提供专业知识支持。 本课程采用《销售管理》教学经典教材，结合使用实务性强的专业杂志作为参考资料，充分运用案例教学、课堂讨论、情景模拟等教学方法，培养学生分析和解决销售管理实际问题的能力。		
课程教学目标及对毕业要求指标点的支撑：		
课程教学目标	支撑毕业要求指标点	毕业要求

目标 1：知识目标 掌握销售管理理论架构，销售管理基本理论和技能，掌握企业销售管理原理及策略。	6.2 学生应具有社会认知和自我认知能力	6. 实践知识和实践能力：具有较强的自主学习、知识更新与积累的能力和终生学习意识、社会认知和自我认知能力、知识应用与知识创新能力。
目标 2：能力目标 培养学生的销售能力与基本销售技能；培养学生具备销售方案的设计和实施能力；培养学生具备销售管理难题的分析与应对能力；培养学生成为企业所需的，具备市场拓展管理能力的人才。	9.3 学生有明确团队角色和任务的意识	9. 团队精神和团队合作：具有团队信息传递和反馈的技术，能够获得跨文化的支持，理解和协调的能力、明确团队角色和任务的意识、领导团队排除干扰和适时调整工作计划的能力
目标 3：素质目标 使学生树立正确的销售伦理观，具备正确的商业理念和商业伦理观念。	6.2 学生应具有社会认知和自我认知能力	6. 实践知识和实践能力：具有较强的自主学习、知识更新与积累的能力和终生学习意识、社会认知和自我认知能力、知识应用与知识创新能力。

理论教学进程表

周次	教学主题	授课教师	学时数	教学内容（重点、难点、课程思政融入点）	教学模式（线上/混合式/线下）	教学方法	作业安排	支撑课程目标
1	销售管理概述；销售计划管理与组织管理	贺艳春	4	销售管理基本原理；销售目标管理、销售配额；销售组织类型（ 重点 ）；销售配额管理（ 难点 ）。	线上	讲授+讨论	作业 1：论述销售配额管理程序。	目标 1 目标 2
2	销售人员的招聘	贺艳春	4	销售培训方法；销售报酬类型；销	线下	讲授+讨		目标 1

	与培训；销售人员的报酬与激励；销售程序与销售模式（上）			售报酬模式（ 重点 ）；销售报酬模式；销售人员的激励管理；销售程序（销售准备、销售接洽与销售陈述）（ 难点 ） 课程思政融入点： 销售陈述与商业伦理判断		论		目标 2
3	销售程序与销售模式（下）	贺艳春	4	销售程序（异议处理、促进交易与售后服务）、销售方格理论；销售模式（ 重点+难点 ）	线下	讲授+讨论	作业 2: 自选实际客户异议案例案例，设计客户异议处理程序与话术。	目标 1 目标 2 目标 3
4	销售区域与时间管理；客户管理；销售人员的绩效评价	贺艳春	4	销售区域设计；销售区域战略管理；销售时间管理；客户分析；客户投诉的管理；数据库与客户关系管理；（ 重点 ）。销售人员绩效考核评价（ 难点 ）。 课程思政融入点： 销售人员的考核如何体现职业伦理要素？	线下	讲授+讨论	作业 3: 简述销售人员绩效考核的基本方法。	目标 1 目标 2
5	销售准备之案例 销售接洽之案例 销售陈述之案例	贺艳春	4	开发潜在客户、预列名单技巧（ 重点 ）；销售接洽技巧与销售陈述技巧（ 难点 ）	线下	小组 PPT 案例展示+课堂讨论+课堂点评		目标 1 目标 2
6	顾客异议处理之	贺艳春	4	顾客异议产生的原因、顾客异议的	线下	小组 PPT		目标 1

	案例；促进交易之案例			基本类型（ 重点 ）；客户异议的处理方法、识别成交信号、成交促进方法（ 难点 ）		案 例 展 示+课堂 讨论+课 堂点评		目标 2 目标 3
7	销售话术案例；分裂式销售案例；客户关系管理案例；砍价会案例；样板市场案例；线上直播引流案例；短视频带货引流案例；门店引流案例	贺艳春	4	销售话术；砍价会；线上直播引流；短视频引流；门店引流（ 重点 ）。分裂式销售、样板市场案例（ 难点 ） 课程思政融入点： 非传统销售组织或人际分销模式的合法性问题。	线下	小组 PPT 案 例 展 示+课堂 讨论+课 堂点评		目标 1 目标 2
8	绩效考核案例；配额管理案例；销售激励案例；会议销售案例；其他自由选择的案例	贺艳春	4	绩效考核；配额管理；销售激励；会议销售（ 重点 ）。绩效考核（ 难点 ）	线下	小组 PPT 案 例 展 示+课堂 讨论+课 堂点评		目标 1 目标 2
合计			32					

课程考核

课程目标	支撑毕业要求指标点	评价依据及成绩比例（%）				权重（%）
		平时作业	期末考查			
目标 1	6.2	10	20			30
目标 2	9.3	20	40			60
目标 3	6.2	0	10			10
总计		30	70			100

备注：1) 根据《东莞理工学院考试管理规定》第十二条规定：旷课 3 次（或 6 课时）学生不得参加该课程的期终考核。2) 实验考核按照小组汇报报告、汇报表现及课堂讨论表现情况计分；3) 各项考核标准见附件所示。

大纲编写时间：2023 年 8 月 25 日

系（部）审查意见：

同 意

系（部）主任签名：

方昕英

日期：2023 年 8 月 27 日

备注：

附录：各类考核评分标准表

平时作业评分标准

观测点	评分标准			
	A (100)	B (85)	C (70)	D (50)
基本概念掌握程度	概念清楚，答题正确。	概念比较清楚，作业比较认	概念基本清楚，答题基	概念不太清楚，答题错

		真，答题比较正确。	本正确。	误较多。
解决问题的方案正确性	分析思路清晰，计算正确	分析思路较清晰，分析比较正确	分析思路基本清晰，分析基本正确	分析思路比较混乱，分析结论基本错误
作业完成态度	按时完成，书写工整、清晰，符号、单位等按规范要求执行	按时完成，书写清晰，主要符号、单位按照规范执行	按时完成，书写较为一般，部分符号、单位按照规范执行	未交作业或后期补交，不能辨识，符号、单位等不按照规范执行

课程论文评分标准

观测点	评分标准			
	<i>A (100)</i>	<i>B (85)</i>	<i>C (70)</i>	<i>D (50)</i>
选题恰当性	选题符合课程目标	选题比较符合课程目标	选题基本符合课程目标	选题与课程目标与出入
逻辑严谨性，观点正确	逻辑严谨，观点正确	逻辑较严谨，观点较正确	逻辑基本严谨，观点基本正确	逻辑严谨性不够，观点局部不正确
分析深入度	分析深入，资料翔实	分析较深入，资料较翔实	分析较为深入，资料较翔实一般	分析不深入，资料不翔实
表达流畅性	表达流畅，排版美观	表达较流畅，排版较美观	表达基本流畅，排版基本合格	表达不流畅，排版不美观

