

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Деловые переговоры и личные продажи»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 14,2 часа аудиторной нагрузки: лекционных 2 час., практических 12 час.; 0,2 часа – иная контактная работа; 54 часов самостоятельной работы и 3,8 часа - контроль)

Цель дисциплины:

формирование системного представления и получение знаний и практических навыков в области организации и осуществления личных продаж, а также развитие практических навыков ведения деловых переговоров.

Задачи дисциплины:

- формирование коммуникационной составляющей делового общения;
- формирование технологии базовых мероприятий управления информационным пространством;
- овладение современными технологиями осуществления личных продаж;
- изучение содержания, структуру процесса управления продажами;
- освоение профессиональных приемов и навыков деловой коммуникации для достижения поставленных целей в деловой сфере;

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Деловые переговоры и личные продажи» относится к вариативной части блока 1 Дисциплины образовательной программы магистратуры направления 38.04.06 «Торговое дело», направленность (профиль) маркетинг в торговле, является дисциплиной по выбору. Её изучение запланировано в первом семестре второго года обучения.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-2; ОК-8; ОПК-1; ОПК-4; ПК-1

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОК-2	Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	особенности принятия решений в профессиональной деятельности в нестандартных ситуациях	анализировать мировоззренческое, социально и личностно значимые научные проблемы; принять социальную и этическую ответственность за профессиональные решения	умениями практически применять знания о психических процессах и состояниях в профессиональной деятельности, преодолевать барьеры в деловом общении, соблюдать этику и приемы делового общения, создавать свой имидж.
2	ОК-8	Способность критически резюмировать	основы анализа, синтеза и обобщения	проводить анализ и критически резюмировать	навыками проведения и обработки

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		информацию, проявлять инициативу, в том числе ситуациях риска	информации.	информацию, уметь проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности	анализа, самостоятельно решать вопросы в области профессиональной деятельности.
3	ОПК-1	Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	нормы и правила устной и письменной коммуникации в сфере продаж; особенности деловых переговоров и деловой переписки в разных странах; иностранный язык в области иностранной профессиональной деятельности	вести переговоры в сфере продаж; осуществлять письменную коммуникацию в процессе управления продажами; читать, переводить профессиональную литературу на иностранном языке	навыками ведения деловых переговоров в сфере продаж; способностью вести переписку, в т.ч. создавать тексты для массового распространения в сети Интернет; навыками чтения и перевода профессиональной литературы, профессионального иностранного языка
4	ОПК-4	Готовность выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	Исторический и мировой опыт личных продаж; место личных продаж в системе маркетинга; суть и принципы работы торговых агентов.	Проводить личные продажи; проводить демонстрацию товара; устранять разногласия с клиентами; стимулировать работу торговых агентов	Навыками анализа и принятия решений конкретных маркетинговых задач, возникающих в ходе личных продаж на предприятии;
5	ПК-1	Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров	приемы и инструменты ведения переговоров в сфере продаж на основе инновационных идей; знать инновационные способы формирования	Уметь формировать, прогнозировать ассортимент товаров и управлять системами продаж и закупок на основе инновационных торговых технологий	способностью к поиску инновационных идей при организации продаж, формировании ассортимента торговых предприятий и организации системы закупок

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			ассортимента и управления системой закупок в сфере торговли.		товаров.

Основные разделы дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Развитие продаж и их роль в маркетинге	4	-	-	-	4
2.	Стратегия продаж	8	-	2	-	6
3.	Структура продажи	8	2	-	-	6
4.	Установление и поддержание контакта	6	-	2	-	4
5.	Основные психологические типы поведения клиентов	4	-	-	-	4
6.	Эффективная презентация товара	8	-	2	-	6
7.	Условия продажи услуги	6	-	2	-	4
8.	Деловое общение: виды, формы, особенности. Детерминация поведения личности в деловом общении	10	2	2	-	6
9.	Этика делового общения	4	-	-	-	4
10.	Конфликт в деловом общении и пути его преодоления	6	-	2	-	4
11.	Деловое общение в коллективе	6	-	-	-	6
	<i>Всего:</i>		2	12	-	54

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Кибанов А. Я. Этика деловых отношений: Учебник / А.Я.Кибанов, Д.К.Захаров, В.Г.Коновалова; Под ред. А.Я.Кибанова. - 2-е изд., перераб. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 - 382 с. 10 экз.
2. Кондрашов, В. М. Менеджмент продаж: учебное пособие / В. М. Кондрашов. - М. : Вузовский учебник, 2009. - 278 с. 8 экз.
3. Сидоров, П. И. Деловое общение / П. И. Сидоров, М. Е. Путин, И. А. Коноплева. - 2-е изд., перераб. - Москва : ИНФРА-М, 2012. - 383 с. 20 экз.
4. Кузнецов, И.Н. Деловое общение: учебное пособие / И.Н. Кузнецов. - 5-е изд. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 528 с. URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112230>.
5. Ломова О.С. Деловое общение специалистов по рекламе / М.: Юнити-Дана. 2015 г. 237 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114801

Автор: Муратова Аделия Ринатовна