

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Практикум по продажам»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 час., из них – 12,2 час. аудиторной нагрузки: 2 часа лекционных, 10 практических, 0,2 часа – иная контактная работа, 56 самостоятельной работы и 3,8 часа -контроль).

Цель дисциплины - сформировать у обучающихся представление об основных функциях и инструментах продаж как специфической функции управления, его социально-экономических предпосылках, истории возникновения и эволюции, особенностях организации продаж на предприятиях, общих и специфических элементах внешней среды продаж, методам организации и управления эффективными продажами на предприятиях.

Задачи дисциплины:

- изучение понятия и сущности продаж, их целей, принципов и функций;
- рассмотрение особенностей информационного обеспечения продаж на базе мировых информационных ресурсов;
- характеристику стратегии и системы эффективных продаж, их особенностей в России;
- изучение функциональных областей продаж – организация работы команды продаж, документооборот подразделения продаж, программы вывода на рынок новых продуктов, управленческие исследования рынка, модификация продукции, особенности ценообразования, продвижение продукции, реклама, сбытовой контроль, маркетинговые коммуникации;
- рассмотрение места продаж в системе контроллинга;
- изучение организации деятельности службы продаж предприятия;
- характеристику специфики международных продаж и коммерческой деятельности российских предприятий на внешних рынках.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Практикум по продажам» относится к вариативной части Блока 1 Дисциплины учебного плана бакалавриата направления 38.03.06 «Торговое дело», профиль: «Маркетинг в торговле» и «Маркетинг услуг», является дисциплиной по выбору. Её изучение запланировано в 8 семестре, 4 курса.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-6; ПК-7

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-6	способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	сущность теоретического содержания становления делового общения и тенденции ее развития; факторы, детерминирующие поведение личности в деловом общении; виды, формы делового общения;	Осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации. Выбирать партнеров. Применять на практике рациональные стра-	Широким набором коммуникативных приемов и техник: установление контакта с собеседником, создание атмосферы доверительного общения, отработка навыков эффективного слушания, аргумента-

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			основные этапы и принципы подготовки, организации, проведения переговоров и презентаций; особенности проведения переговоров в стрессовых ситуациях, по телефону, с иностранными партнерами, особенности организации и проведения разных видов презентаций	тегии и тактики ведения переговоров; отстаивать свою точку зрения, используя различные коммуникативные стратегии и тактики. Уметь составлять и заключать договора.	ции и убеждения; навыками применения психологических приемов общения при ведении деловой беседы, переговоров, оценке деловых качеств коллег. Способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.
2.	ПК-7	способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	виды, типы, функции торговых предприятий и управление торговым технологическим процессом; показатели эффективности использования материально-технического обеспечения предприятия; методы закупки и формы продажи товаров.	оценивать и анализировать финансовые возможности предприятий осуществлять планирование, организацию и анализ материально-технического обеспечения предприятий, прогнозировать результаты коммерческой деятельности. организовывать материально-техническое обеспечения предприятия, планировать закупку товаров; реализовывать прогрессивные формы продажи товаров.	методами определения необходимого для осуществления профессиональной деятельности материально-технического обеспечения; методами планирования объемов закупки товаров.

Основные разделы дисциплины:

№ темы	Наименование темы	Количество часов		
		Всего	Аудиторная работа	Самостоятельная работа

			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Цели и задачи организации эффективных продаж на предприятии	8	2			6
2.	Этапы эффективных продаж	14		2		12
3.	Кадровый менеджмент в эффективных продажах	14		2		12
4.	Технологии и стандарты эффективных продаж	14		2		12
5.	Система мотивации персонала в эффективных продажах	18		4		14
	<i>Всего:</i>		2	10	-	56

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Кондрашов В. М. Управление продажами. [Электрон. ресурс]: Учебное пособие / Под редакцией: Горфинкель В. Я. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 320 с. («Университетская библиотека»: <http://www.biblioclub.ru/book/118749/>)

2. Фокс Д.Д. Секреты волшебников продаж: опыт лучших. Альпина Бизнес Букс, 2016. 156 с. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=room_red&tabs=mybiblio#top_position

3. Колотилов Е., Парабеллум А. Удвоение личных продаж: как менеджеру по продажам повысить свою эффективность. Альпина Паблишерз, 2016. 143 с. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=room_red&tabs=mybiblio#top_position

Авторы: Муратова А. Р.