

Аннотация рабочей программы дисциплины  
**Б1.В.17 Системы управления и стимулирования торгового персонала**  
Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы

**Цель дисциплины** – формирование у студентов понимания необходимости мотивации и стимулирования торгового персонала фирмы, сущности этих понятий, а также получение объема знаний, умений и навыков привлечения новых высокопрофессиональных сотрудников в области маркетинга и повышении мотивации работников современных компаний.

**Задачи дисциплины** заключаются в приобретении умений и навыков использования теоретических знаний в области управления и стимулирования торгового персонала, а также формировании необходимых для профессиональной деятельности компетенций и могут быть уточнены следующим образом:

- понимание сущности, целей и методов управления и стимулирования в работе с торговым персоналом;
- усвоение системного представления о роли мотивации и стимулирования как управленческого процесса в решении проблем получения максимальной отдачи сотрудников на предприятии;
- знание основополагающих элементов процесса стимулирования и факторов, оказывающих влияние на них;
- знание основных основополагающих и процессуальных теорий мотивации;
- знание основных форм стимулирования торгового персонала и методов воздействия на него;
- получение навыков построения системы мотивации и стимулирования торгового персонала на предприятии с использованием полученных в изучении дисциплины знаний и умений.

**Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Системы управления и стимулирования торговым персоналом» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Изучение курса «Системы управления и стимулирования торговым персоналом» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете.

Дисциплина «Системы управления и стимулирования торговым персоналом» базируется на дисциплинах «Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере», «Технологии личностного роста». В свою очередь дисциплина «Системы управления и стимулирования торговым персоналом» является базой для изучения таких дисциплин как «Деловые переговоры и партнерские отношения».

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
<b>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</b>	
ИУК-3.1. Понимает и знает особенности формирования и руководства командой	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основополагающие элементы процесса принятия решений в области командообразования на предприятии,</li> <li>- основы стимулирования персонала и границы ответственности за принятые решения</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять современные методы управления персоналом компании</li> <li>- использовать различные подходы к трудовой мотивации и действовать в нестандартных ситуациях</li> </ul> <p><b>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками формирования команды эффективного торгового персонала</li> <li>- навыками принятия решений в области мотивации персонала с учетом социальной и этической ответственности</li> </ul>
ИУК-3.2. Организует работу команды и обеспечивает разработку командной стратегии для выполнения поставленных задач	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные подходы к разработке командной стратегии предприятия</li> <li>- основные теории трудовой мотивации и руководства коллективом в профессиональной деятельности</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять причины снижения эффективности работы персонала и командной стратегии предприятия</li> <li>- толерантно воспринимать социальные, этнические конфессиональные и культурные различия при формировании команды персонала на предприятии</li> </ul> <p><b>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками руководства коллективом в профессиональной деятельности и получения максимальной отдачи сотрудников на предприятии</li> <li>- навыками разработки командной стратегии для выполнения поставленных задач</li> </ul>
<b>ПК-3. Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и маркетинговых кампаний в онлайн-среде</b>	
ИПК-3.5. Формирует систему контроля стратегии проекта по продвижению продукта, компании, сайта в интернет-среде	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные функции управления персоналом и построения систем стимулирования труда</li> <li>- основы формирования системы контроля стратегии проекта по продвижению продукта в интернет-среде</li> <li>- основные элементы системы инструментов интернет-маркетинга</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с персоналом в рамках стратегии продвижения проекта</li> <li>- планировать работы и задания по реализации стратегии продвижения проекта в онлайн-среде</li> <li>- контролировать выполнение поставленных задач по стимулированию торгового персонала компании</li> </ul> <p><b>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками поиска расхождений и причин между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности стимулирования труда торгового персонала;</li> <li>- навыками внесения оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин в работе</li> </ul>

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	с персоналом компании
<b>ПК-4. Способен осуществлять организационно-управленческие функции по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга</b>	
ИПК-4.1. Разрабатывает систему мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы управления персоналом компании и разработки системы мотивации маркетингового и торгового персонала в цифровой среде</li> <li>- правовые основы построения системы мотивации персонала на предприятии</li> </ul>
	<p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать стратегию развития организации с учетом особенностей персонала компании</li> <li>- использовать инструменты мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде</li> </ul>
	<p><b>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструментами анализа конъюнктуры рынка рабочей силы</li> <li>- навыками применения качественных показателей, характеризующих деятельность торгового персонала, в том числе специалистов по интернет-маркетингу</li> <li>- методами материального и нематериального стимулирования работы сотрудников подразделения интернет-маркетинга и торгового персонала в целом</li> </ul>
ИПК-4.2. Формирует требования к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знает правовые требования к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли</li> <li>- сущность управления персоналом компании на основе формирования эффективных системы стимулирования я труда</li> </ul>
	<p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать стратегию развития предприятия с учетом особенностей персонала компании</li> <li>- распределять профессиональные задачи, вести переговоры с учетом требований к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга</li> </ul>
	<p><b>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</b></p> <p>Навыками разработки организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу</p> <p>Навыками разработки требований к кандидатам, претендующим на работу в подразделении интернет-маркетинга и другие позиции торгового персонала</p>
ИПК-4.3. Применяет инструменты управления и контроля персонала в интернет-торговле	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности управления персоналом и применения инструментов управления и контроля персонала в интернет-торговле</li> <li>- правовые основы управления торговым персоналом компании</li> </ul>
	<p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать информацию о продвижении проекта заказчика в онлайн-среде;</li> <li>- мотивировать персонал и проводить эффективные переговоры на основе изучения характеристик работников компании</li> </ul>
	<p><b>Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками формирования у сотрудников четкого представления о роли их работы в деятельности организации</li> <li>- навыками определения степени занятости сотрудников и создания комфортных условий для работы торгового персонала в подразделениях</li> <li>- осуществлять контроль выполняемой работы по разработке и реализации систем материальной и нематериальной мотивации работы торгового персонала</li> </ul>

## Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 2 семестре 2-го курса (*заочная форма обучения*).

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Понятие «стимулирование персонала» и его роль в достижении целей маркетинга. Потребность как основополагающий элемент процесса мотивации.	14	2	2		10
2.	Факторы, которые оказывают влияние на потребности человека. Механизм выбора способов удовлетворения потребностей. Потребности персонала в организации	12	2	2		8
3.	Основные теории мотивации. Содержательные теории мотивации (теории Маслоу, Мак Клеlland, Фредерика Герцберга) и их применение для стимулирования торгового персонала компании	14	2	2		10
4.	Процессуальные теории мотивации (теория ожидания, теория справедливости, теория Портера-Лоулера) и особенности их применения	14	2	2		10
5.	Современные теории трудовой мотивации. Новые нарождающиеся теории мотивации торгового персонала	12	2	2		8
6.	Удовлетворение потребностей человека в трудовой деятельности, основные факторы, влияющие на результаты труда.	14	2	2		10
7.	Методы воздействия на трудовую мотивацию работников с учетом личных характеристик торгового персонала	16	2	2		12
8.	Основные формы стимулирования работников на основе изучения их основных архетипов	21	2	2		17
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		117	16	16		85
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3				
Общая трудоемкость по дисциплине		144				

**Курсовые работы** - не предусмотрены учебным планом.

**Форма проведения аттестации по дисциплине** – экзамен.

Автор: Шевченко Е.В., канд.экон.наук, доцент кафедры маркетинга и торгового дела.