

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДЭ.02.01 «Деловые переговоры и партнёрские отношения»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины: сформировать базовые знания и развить навыки ведения переговоров в рамках проектов по продвижению компаний, продуктов и веб-сайтов в сети интернет, а также развить навыки формирования партнерских отношений с клиентами, партнёрами и иными контрагентами предприятий и эффективного управления этими отношениями.

Задачи дисциплины:

- научить осуществлять коммуникацию в рамках проектов по продвижению компании в сети интернет;
- научить использовать современные CRM-системы в управлении торговым предприятием;
- сформировать навыки управления отношениями с клиентами, партнёрами и иными контрагентами с целью развития и поддержания долгосрочных связей;
- научить составлять документацию и отчетность в рамках проектов по продвижению компаний в сети интернет;
- развить умения и навыки настройки, эксплуатации и проверки работоспособности современных информационных систем управления взаимоотношениями с клиентами

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Деловые переговоры и партнёрские отношения» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для изучения дисциплины: Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере, Современные информационные технологии в профессиональной деятельности

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Системы управления и стимулирования торгового персонала, Маркетинг в социальных сетях

Требования к уровню освоения дисциплины

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

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3 - Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и маркетинговых кампаний в онлайн-среде	
ИПК-3.1 Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	Знает методы эффективного проведения переговоров
	Знает особенности функционирования рекламных площадок в сети интернет, социальных медиа, поисковых систем
	Умеет проектировать системы управления партнёрскими отношениями Умеет анализировать информацию необходимую, для формирования и реализации проектов по продвижению благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде
	Владеет навыками формирования проекта по продвижению благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	Взаимодействует с участниками работ по реализации проектов продвижения компании и результатов их деятельности в сети интернет
ИПК-3.6 Формирует отчетность о реализации стратегии проекта продвижения продукта, компании, сайта в интернет-сети	Знает методы ведения переговоров, основы психологии, методы и средства презентации коммерческих предложений Знает правила и нормы составления документации в рамках проектов по организации маркетинговой деятельности Умеет презентовать коммерческие предложения и проводить переговоры с участниками проектов по продвижению Умеет составлять проектную документацию Проводит переговоры и презентации Составляет проектную документацию и отчеты о реализации стратегии продвижения проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа	
			Л	ПЗ		ЛР
1.	Переговоры как форма и способ деловой коммуникации. Место переговоров в процессе делового общения.		2	4		7,8
2.	Основные составляющие переговорного процесса. Стратегии, тактики и инструменты переговоров.		-	4		10
3.	Интересы сторон в переговорном процессе. Решение проблем на переговорах		2	2		10
4.	Особенности проектов по продвижению компании в сети интернет		2	4		10
5.	Преимущества, получаемые от внедрения CRM-систем. Российский рынок CRM-систем.		2	2		10
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	71,8	8	16		47,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Курсовые работы: (не предусмотрена)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (зачёт)

Автор: Муратова А.Р.