

Аннотация к рабочей программы дисциплины  
**ФТД.01 «Практикум по технологиям продаж»**

**Объем трудоемкости:** 1 зачетных единиц

**Цель дисциплины** – являются подготовка обучающихся к практической деятельности в области управления продажами современного предприятия посредством коммуникативных навыков, умений использовать в профессиональной деятельности программные продукты и интернет-сервисы, обеспечивающие реализацию управленческих функций в коммерческой сфере, а также развитие навыков планирования и организации технологий продаж, мотивации торгового персонала и контроля за реализацией планов по продажам.

**Задачи дисциплины:**

- изучение основных технологических процессов торгового предприятия;
- рассмотрение особенностей формирования стратегии продаж и интеграция их с иными стратегиями развития предприятия;
- изучение системы эффективных продаж, их особенностей в условиях глобализации;
- развитие навыков организации работы торгового персонала, составления планов и отчётов по продажам, программы вывода на рынок новых продуктов, особенности ценообразования и продвижения товаров и услуг;
- развитие управленческих навыков для эффективного управления продажами;
- освоение современных технологий продаж в сети интернет.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Практикум по технологиям продаж» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для изучения дисциплины:

Стратегический анализ и управление торгово-коммерческой деятельностью,

Оmnikanальные системы розничной торговли, Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Реклама и продвижение в интернете, Партнерские отношения и программы в интернете, 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
<b>ПК-2 Способен разрабатывать и реализовать маркетинговые программы торгового предприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга</b>	
ИПК-2.3. Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в коммерческой организации	Знает методы проведения маркетинговых исследований в области дистрибуции и продаж Знает нормы, правила и методические подходы к разработке сбытовой политики предприятия Умеет анализировать первичную и вторичную информацию для принятия управленческих решений в области маркетинга торговых организаций Умеет проводить оценку сбытовой политики предприятий, планировать каналы распределения и оценивать результативность торговой деятельности

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	Разрабатывает или модернизирует системы распределения в организациях Разрабатывает направления сбытовой политики предприятия
ИПК-2.4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует интегрированную систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации	Знает особенности применения маркетинговых коммуникационных инструментов Знает состав процесса стратегического и оперативного планирования Умеет разрабатывать стратегии по формированию имиджа компании и продвижению товаров (услуг) на рынок Умеет формулировать предложения по улучшению бизнес-процессов компании Разрабатывает технические задания по формированию имиджа компании, фирменного стиля и рекламной продукции, деловой репутации. Разрабатывает системы интегрированных маркетинговых коммуникаций и рекламных акций по стимулированию продаж и формированию благоприятного образа фирмы

### 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.	Формирование стратегии продаж в он-лайн и офф-лайн среде	12		2		10
2.	Современные формы продаж. Каналы продаж в сети Интернет	10				10
3.	Этапы эффективных продаж.	10				10
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	32		2		30
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)					
	Контроль	4				
	Общая трудоемкость по дисциплине	36				

**Курсовые работы:** (не предусмотрена)

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** (зачет)

Автор Муратова А.Р.