

Аннотация 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 | | | 10 |
| 2. | Основные составляющие переговорного процесса. Стратегии, тактики и инструменты переговоров. | | | 2 | | 10 |
| 3. | Интересы сторон в переговорном процессе. Решение проблем на переговорах | | | 2 | | 10 |
| 4. | Особенности проектов по продвижению компании в сети интернет | | 2 | 2 | | 16 |
| 5. | Преимущества, получаемые от внедрения CRM-систем. Российский рынок CRM-систем. | | - | 2 | | 10 |
| | ИТОГО по разделам дисциплины | 68 | 4 | 8 | | 56 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Контроль | 3,8 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

Курсовые работы: (не предусмотрена)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (зачёт)

Автор: Муратова А.Р.