

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДЭ.02.01 Деловые переговоры и партнерские отношения

Объем трудоемкости: 2 зачетных единицы

Целью дисциплины является 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 компаний 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: Современные информационные технологии в профессиональной деятельности.

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Партнерские отношения и программы в интернет, Психология профессиональной деятельности

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 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.

Разделы (темы)дисциплины, изучаемые в4 семестре (*очная форма обучения*)

№ Н	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.	13,8	2	4		7,8
2.	Основные составляющие переговорного процесса. Стратегии, тактики и инструменты переговоров.	14	-	4		10
3.	Интересы сторон в переговорном процессе. Решение проблем на переговорах	14	2	2		10
4.	Особенности проектов по продвижению компании в сети интернет	16	2	4		10
5.	Преимущества, получаемые от внедрения CRM-систем. Российский рынок CRM-систем.	14	2	2		10
	ИТОГО по разделам дисциплины	71,8	8	16		47,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация(ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия/семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре(курсе) (*заочная форма обучения*)

№ п/п	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.	12	2			10
2.	Основные составляющие переговорного процесса. Стратегии, тактики и инструменты переговоров.	12		2		10
3.	Интересы сторон в переговорном процессе. Решение проблем на переговорах	12		2		10
4.	Особенности проектов по продвижению компании в сети интернет	20	2	2		16
5.	Преимущества, получаемые от внедрения CRM- систем. Российский рынок CRM-систем.	12		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				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, КРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: (*не предусмотрена*)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (*зачет*)

Автор: Кушнир Д.Д.