

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Практикум по продажам»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 час., из них – 32,2 час. аудиторной нагрузки: практических 32 час., 0,2 часа – иная контактная работа и 39,8 часов самостоятельной работы)

Цель дисциплины - сформировать у обучающихся представление об основных функциях и инструментах продаж как специфической функции управления, его социально-экономических предпосылках, истории возникновения и эволюции, особенностях организации продаж на предприятиях, общих и специфических элементах внешней среды продаж, методам организации и управления эффективными продажами на предприятиях.

Задачи дисциплины:

- изучение понятия и сущности продаж, их целей, принципов и функций;
- рассмотрение особенностей информационного обеспечения продаж на базе мировых информационных ресурсов;
- характеристику стратегии и системы эффективных продаж, их особенностей в России;
- изучение функциональных областей продаж – организация работы команды продаж, документооборот подразделения продаж, программы вывода на рынок новых продуктов, управленческие исследования рынка, модификация продукции, особенности ценообразования, продвижение продукции, реклама, сбытовой контроль, маркетинговые коммуникации;
- рассмотрение места продаж в системе контроллинга;
- изучение организации деятельности службы продаж предприятия;
- характеристику специфики международных продаж и коммерческой деятельности российских предприятий на внешних рынках.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Практикум по продажам» относится к вариативной части Блока 1 Дисциплины учебного плана бакалавриата направления 38.03.06 «Торговое дело», профиль: «Маркетинг в торговле» и «Маркетинг услуг», является дисциплиной по выбору. Её изучение запланировано в 8 семестре, 4 курса.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-6; ПК-7

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-6	способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	сущность теоретического содержания становления делового общения и тенденции ее развития; факторы, детерминирующие поведение личности в деловом общении; виды, фор-	Осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации. Выбирать партнеров. Приме-	Широким набором коммуникативных приемов и техник: установление контакта с собеседником, создание атмосферы доверительного общения, отработка навыков эффективного

№ п.п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
			мы делового общения; основные этапы и принципы подготовки, организации, проведения переговоров и презентаций; особенности проведения переговоров в стрессовых ситуациях, по телефону, с иностранными партнерами, особенности организации и проведения разных видов презентаций	нять на практике рациональные стратегии и тактики ведения переговоров; отстаивать свою точку зрения, используя различные коммуникативные стратегии и тактики. Уметь составлять и заключать договора.	слушания, аргументации и убеждения; навыками применения психологических приемов общения при ведении деловой беседы, переговоров, оценке деловых качеств коллег. Способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.
2.	ПК-7	способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	виды, типы, функции торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом; показатели эффективности использования материально-технического обеспечения предприятия; методы закупки и формы продажи товаров.	оценивать и анализировать финансовые возможности предприятий осуществлять планирование, организацию и анализ материально-технического обеспечения предприятий, прогнозировать результаты коммерческой деятельности. организовывать материально-техническое обеспечение предприятия, планировать закупки товаров; реализовывать прогрессивные	методами определения необходимого для осуществления профессиональной деятельности материально-технического обеспечения; методами планирования объемов закупки товаров.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
				формы продажи товаров.	

Основные разделы дисциплины:

№ темы	Наименование темы	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Цели и задачи организации эффективных продаж на предприятии	10		4		6
2.	Этапы эффективных продаж	12		6		6
3.	Кадровый менеджмент в эффективных продажах	8,8		6		2,8
4.	Технологии и стандарты эффективных продаж	14		6		8
5.	Система мотивации персонала в эффективных продажах	15		6		9
6.	Создание отдела продаж	12		4		8
	<i>Всего:</i>		-	32	-	39,8

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Кондрашов В. М. Управление продажами. [Электрон. ресурс]: Учебное пособие / Под редакцией: Горфинкель В. Я. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 320 с. («Университетская библиотека»: <http://www.biblioclub.ru/book/118749/>)

2. Фокс Д.Д. Секреты волшебников продаж: опыт лучших. Альпина Бизнес Букс, 2016. 156 с. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=room_red&tabs=mybiblio#top_position

3. Колотилов Е., Парабеллум А. Удвоение личных продаж: как менеджеру по продажам повысить свою эффективность. Альпина Паблишерз, 2016. 143 с. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=room_red&tabs=mybiblio#top_position

Авторы: Муратова А. Р.