

Б1.В.06. ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ, ПЛАНИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины - сформировать у обучающихся представление об основных функциях и инструментах продаж как специфической функции управления, особенностях организации продаж, общих и специфических элементах внешней среды продаж, методам организации и управления эффективными продажами в сети Интернет.

Задачи дисциплины:

- изучение понятия и сущности продаж, их целей, принципов и функций;
- рассмотрение особенностей формирования стратегии продаж и интеграция их с иными стратегиями развития предприятия;
- изучение системы эффективных продаж, их особенностей в условиях глобализации;
- 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;
- изучение организации деятельности службы продаж предприятия;
- освоение современных технологий продаж в сети интернет.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии организации, планирования и управления продажами» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для изучения дисциплины: Экономика и управление предприятием, Анализ рынка и маркетинговые исследования.

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Производственный менеджмент, Аудит и оптимизация бизнес-процессов, Организационный анализ и проектирование, Основы предпринимательской 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-1 Способен руководить поставками инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих	поставками инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих
ИПК-1.4	Понимает и использует технологии организации, планирования и управления продажами
С/01.6 Долгосрочное прогнозирование продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих	Зн. 1 Международный опыт наиболее успешных продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих Зн. 3 Правила и порядок составления аналитических отчетов в соответствии с действующими правилами организации Зн. 6 Основы менеджмента продаж
	У. 2 Составлять аналитические отчеты реализации прогнозных показателей по продажам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих
	ТД 1. Анализ лучших практик продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; ТД 4. Составление аналитических отчетов по развитию политики продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих

Код и наименование индикатора*достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
С/02.6 Планирование и контроль выполнения планов продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих	Зн. 1 Существующие системы планирования продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих Зн. 2 Совокупность формальных и неформальных плановых показателей объемов продаж Зн. 3 Критерии оценки объемов продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих Зн. 5 Основы менеджмента продаж
	У. 1 Планировать показатели продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих У. 2 Анализировать информацию о плановых показателях группы (отдела) продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих У. 3 Планировать продажи с учетом реальных возможностей организации, существующих и перспективных каналов сбыта У. 4 Объективно оценивать выполнение плановых показателей продаж
	ТД. 2 Разработка стоимостных и натуральных групп (отделов) продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих ТД. 3 Согласование плановых показателей по продажам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих по норме прибыли ТД. 4 Составление плана продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих ТД. 5 Контроль выполнения плана продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих
С/03.6 Анализ и распространение лучших практик продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих	У. 3 Выбирать наиболее удачные примеры продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих У.4 Подготавливать и проводить презентации примеров продаж
	ТД. 2 Подготовка и проведение презентаций о наиболее успешных продажах инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих
С/04.6 Управление персоналом, занимающимся продажами инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих	Зн. 6 Основы менеджмента продаж
	ТД. 5 Контроль сроков и результатов выполнения работ по продажам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих

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 среде	8	2	4		2
2.	Современные формы продаж. Каналы продаж в сети Интернет	10	4	4		2
3.	Этапы эффективных продаж.	10	2	6		2
4.	Современные технологии продаж в сети интернет	14	4	6		4
5.	Особенности построения коммуникации в продажах	8	2	4		2
6.	Создание отдела продаж. Регламенты для торгового персонала.	10	2	6		2

7.	Построение партнёрских отношений с клиентами	9,8	2	4		3,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	69,8	18	34		17,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль	-				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Курсовые работы: *(не предусмотрена)*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *(зачет)*

Автор: **Н.Р. Чекашкина**

к.э.н. доцент кафедры маркетинга и
торгового дела