

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 – «Торговое дело»

Профиль подготовки «Коммерция»

Кафедра коммерции и гостеприимства

Цель изучения дисциплины	формирование у студентов теоретических знаний, навыков и компетенций, необходимых для организации эффективного управления и контроля за продажами товаров и услуг
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	<ol style="list-style-type: none"> 1 Сущность управления продажами 2 Стратегия продаж 3 Оперативное управление продажами 4 Организация работы отдела продаж 5 Структура продаж 6 Особенности продажи услуг 7 Управление оптовыми продажами 8 Управление продажами в розничной торговле 9 Информационные технологии продаж. Интернет-продажи
Пререквизиты дисциплины	«Экономика торговли», «Коммерческая деятельность», «Торговый менеджмент», «Маркетинг», «Поведение потребителей»
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	(ПК-7) способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров (ПК-8) готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	<p>ПК-7 Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность, цели и основные задачи управления продажами; - основные стратегические и оперативные подходы к управлению продажами и формированию товарного ассортимента; - структуру оптовых и розничных продаж; - особенности организации продаж услуг и интернет-продаж. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать и применять различные стратегии продаж; - организовывать персональные продажи; - применять современные информационные технологии при организации продаж; - оценивать операционную эффективность отдела продаж. <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятийным аппаратом в области управления продажами; - основными технологиями управления продажами товаров и услуг; - навыками оперативного принятия решений в области продвижения товаров и услуг. <p>ПК-8 Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - критерии обеспечения качественного обслуживания B2B и B2C покупателей (ПК-8) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать товарный ассортимент и распределять его на торговых площадях с учетом качества обслуживания покупателей.

	<p>Владеть</p> <p>- навыками организации деятельности коммерческих отделов, отделов продаж и торгового персонала и оптимизации их работы для обеспечения качественного обслуживания покупателей.</p>
Используемые инструментальные и программные средства:	<p>Пакет MS-Office, презентации (Power Point), электронные учебные материалы в сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета, электронные рассылки по E-mail</p>
Формы текущего контроля:	<p>кейсы, задачи, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания), рейтинг-контроль</p>
Форма промежуточного контроля знаний:	<p>Зачет</p>

Составитель аннотации,
специалист по УМР кафедры КиГ

Е.В.Кашицина

Заведующий кафедрой КиГ

О.Б.Яресь

Председатель учебно-методической комиссии
направления 38.03.06

О.П.Полоцкая