

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 – Торговое дело

Профиль подготовки «Коммерция»

Кафедра «Коммерция и гостеприимство»

Цель изучения дисциплины	формирование у будущих специалистов соответствующих теоретических знаний и компетенций, необходимых современному специалисту для эффективного управления и контроля над продажами товаров и услуг.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	<ol style="list-style-type: none">1. Сущность управления продажами.2. Стратегия продаж торгового предприятия.3. Система мотивации персонала торгового предприятия.4. Оперативное управление продажами.5. Информационные технологии в управлении продажами торгового предприятия.6. Выбор товара, источники поставок.7. Управление товарным ассортиментом.8. Распределение торговой площади.9. Управление финансами
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров (ПК-7); готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания (ПК-8).
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Экономика организации Коммерческая деятельность Менеджмент
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: <ul style="list-style-type: none">– сущность, цели и основные задачи управления продажами;– основные стратегические и оперативные подходы к формированию торгового ассортимента (ПК-7);– основные методы организации системы товародвижения в торговом предприятии (ПК-7);– основные подходы к планированию торговых площадей (ПК-7);– особенности влияния эффективности мотивации персонала на качество торгового обслуживания потребителей;– критерии обеспечения качественного обслуживания покупателей при формировании ассортимента и организации торгово-технологического обслуживания в торговом зале (ПК-8). Уметь: <ul style="list-style-type: none">– формировать стратегии продаж и продвижения товаров

	<p>в торговом зале (ПК-7);</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать договорные отношения с поставщиками товаров; - применять информационные технологии при планировании закупок товаров; - формировать товарный ассортимент и распределять его на торговых площадях с учетом обеспечения повышения качества торгового обслуживания (ПК-8). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оперативного принятия решений в области закупки и продвижения товаров (ПК-7); - навыками организации финансового планирования закупочной деятельности для обеспечения торгового процесса (ПК-7); - навыками применения существующих систем мотивации для обеспечения качественного обслуживания покупателей (ПК-8); - навыками оценки качества обслуживания покупателей (ПК-8).
Используемые инструментальные и программные средства:	презентации (Power Point), электронные учебные материалы в Интернет, электронные рассылки по E-mail.
Формы текущего контроля:	контрольные работы, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания, доклады, кейсы), рейтинг-контроли.
Форма промежуточного контроля:	экзамен (устно).

Составитель

Л. В. Ведерникова

Заведующая кафедрой КиГ



О. Б. Ярьс.

Председатель учебно-методической комиссии направления 38.03.06.

О. П. Полоцкая