

АННОТАЦИЯ

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

учебной дисциплины

Направление

подготовки бакалавров

38.03.06 – Торговое дело

профиль «Коммерция»

Кафедра «Коммерция и гостеприимство»

<p>Цель изучения дисциплины</p>	<p>формирование у будущих специалистов соответствующих теоретических знаний и компетенций, необходимых современному специалисту для эффективного управления и контроля над продажами товаров и услуг.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</p>	<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
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</p>	<p>способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров (ПК-7); готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания (ПК-8).</p>
<p>Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины</p>	<p>Экономика организации Коммерческая деятельность Торговый менеджмент</p>
<p>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</p>	<p>Знать:</p> <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). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формировать стратегии продаж и продвижения товаров в торговом зале (ПК-7); – применять информационные технологии при планировании

	<p>закупок товаров;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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).
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-контроль
Формы промежуточного контроля:	Зачет

Составитель аннотации

Заведующий кафедрой КиГ

Председатель учебно-методической комиссии
направления 38.03.06



М.С. Земскова

О.Б. Ярьсь

О.П. Полоцкая

