

АННОТАЦИЯ

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

учебной дисциплины

Направление

подготовки бакалавров

38.03.06 – Торговое дело

профиль «Товароведение и экспертиза товаров»

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:	<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:	Экзамен

Составитель аннотации

М.С. Земскова

Заведующий кафедрой КиГ

О.Б. Ярьсь

Председатель учебно-методической комиссии
направления 38.03.06

О.П. Полоцкая

