

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.04.2024 13:22:32

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Технологии продаж товаров и услуг

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.04.06.01_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	Неделя		Итого	
Неделя	15 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	8	8	8	8
Практические	24	24	24	24
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	76	76	76	76
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1.1 Цели изучения дисциплины: освоение обучающимися стратегии и тактики управления продажами на различных этапах заключения торговой сделки с учетом маркетингового подхода, а также формирование системы знаний и умений в области общения с покупателями.

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-3: Способен анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

цикл продаж товарной продукции; методы и приемы, обеспечивающие управление продажами на различных стадиях заключения торговой сделки; поведенческие аспекты коммуникации с клиентами в процессе продажи; подходы к организации, планированию и контролю деятельности сбытовой команды. (соотнесено с индикатором ПК-3.1)

Уметь:

устанавливать и проводить анализ мотивов клиента; эффективно строить процесс коммуникации с клиентом на различных этапах заключения торговой сделки; осуществлять организацию, планирование и контроль деятельности сбытовой команды. (соотнесено с индикатором ПК-3.2)

Владеть:

навыками применения маркетинговых технологий управления продажами на различных стадиях заключения торговой сделки; навыками организации планирования и контроля работы отделов продаж. (соотнесено с индикатором ПК-3.3)