

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Управление продажами»**

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель изучения учебной дисциплины

Цель изучения дисциплины «Управление рынком сбыта» – формирование у студентов знаний, навыков и компетенций, необходимых для организации эффективной сбытовой деятельности в организациях, а также в сфере розничной торговли.

1.2. Задачи учебной дисциплины:

- 1) сформировать понимание концепции управления продажами с позиции различных подходов;
- 2) освоить сущность построения и управления распределительной системы предприятия: понятие и виды каналов сбыта, условия выбора определенных каналов сбыта, характеристика посредников, их мотивация и контроль деятельности;
- 3) изучить основы функционирования отдела продаж на предприятии: принципы организационного построения и этапы процесса управления;
- 4) рассмотреть основные этапы процесса продажи и определить особенности их реализации;
- 5) освоить на примере практического материала методики решения задач в области управления продажами.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

2.1. Цикл (раздел) ООП:

Дисциплина «Управление продажами» относится к циклу Б1 «Профессиональный цикл».

2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП

При изучении дисциплины требуются знания и умения, полученные при изучении дисциплин: «Менеджмент организации», «Управление качеством», «Современный стратегический анализ».

Освоение данной дисциплины необходимо для прохождения преддипломной практики и написания выпускной квалификационной работы.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

Код соответствующей компетенции по ГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ОПК-1	Способность формировать альтернативные направления развития организационных систем	Знать: основы построения системы сбора, расчета и анализа показателей необходимых для управления продажами на предприятии; Уметь: разрабатывать стратегию развития,

		<p>определять стратегические альтернативы, выбирать оптимальную стратегию развития с учетом принятого уровня риска.</p> <p>Владеть: способами организации методов управления продажами и сбыта продукции предприятия</p>
ОПК-2	Способность организовывать процесс управления организацией	<p>Знать: принципы и методы организации управленческой деятельности</p> <p>Уметь: эффективно распределять и делегировать полномочия в структуре аппарата управления организацией.</p> <p>Владеть: навыками управления продажами с учетом различных методов планирования, контроля и анализа результатов продажи продукции.</p>
ОПК-5	Способность к усовершенствованию операционного менеджмента на основе внедрения тактического планирования.	<p>Знать: методы планирования и их применения в соответствии с конкретными условиями работы предприятия.</p> <p>Уметь: 1. анализировать основные виды затрат на предприятии и разрабатывать мероприятия, направленные на работу всех составных элементов операционной системы. 2. разрабатывать планы на определенный период и определять условия продаж, связанные с разработкой агрегированных планов.</p> <p>Владеть: методами личных продаж, навыками определения целевого клиентского сектора</p>
ОПК-18	Способность организовать работу субъекта предпринимательской деятельности.	<p>Знать: способы организации продаж на производстве;</p> <p>Уметь: обосновывать варианты управления продажами .</p> <p>Владеть: методами составления калькуляции сбыта продукции и разрабатывать рекомендации по управлению продажами исследуемого предприятия</p>

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Сбыт как основной показатель эффективности деятельности предприятия и отдела продаж

- Тема 1.1. Сущность и содержание управления продажами
- Тема 1.2. Организационная структура управления продажами
- Тема 1.3. Формирование эффективного кадрового сбыта
- Тема 1.4. Система мотивации эффективного сбыта

Раздел 2. Стимулирование роста объемов сбыта путем эффективного управления работой клиентской базой

- Тема 2.1. Анализ клиентской базы
- Тема 2.2. Техника и правила ведения переговоров
- Тема 2.3. Прогнозирование объемов сбыта
- Тема 2.4. Стимулирование роста объемов сбыта

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционные технологии (лекция, семинарское занятие, консультация, экзамен), технологии интерактивного обучения (дискуссии, игровые технологии), проблемное обучение.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Лизогуб Р.П., к.э.н., доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики.