

**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.