

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б1.В.ОД.8 Технологии продаж

Семестр 5

Количество часов: 108

Количество зачетных единиц: 3

Промежуточная аттестация: экзамен

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Технологии продаж» относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин: «Социология», «Теоретические основы товароведения», «Маркетинг», «Организация, технология и проектирование предприятий», «Рекламная деятельность», «Организация торговой деятельности» «Организация коммерческой деятельности на рынке услуг», «Деловое общение».

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих дисциплин: «Организация коммерческой деятельности в торговых сетях», «Управление отношениями с клиентами», «Продвижение товаров и услуг».

Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Технологии продаж» - овладение студентами системой теоретико-методологических и организационных знаний и действий экономического характера, направленных на совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг для получения прибыли путем удовлетворения потребностей и спроса покупателей.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности (в соответствии с ФГОС, п.4.4):

- в торгово-технологической деятельности: поиск потенциальных покупателей;

выявление потребностей покупателей и формирование желания купить товар или услугу;

работа с возражениями покупателей;

завершение продажи и поддержание послепродажных отношений с покупателями.

- в организационно-управленческой деятельности:

организация выставочной (ярмарочной) технологии продажи товаров;

организация коммерческих коммуникаций;

управление взаимоотношениями между субъектами процесса купли-продажи.

- в области научно-исследовательской деятельности:

организация и проведение исследования содержания оптовых и розничных технологий продаж;

участие в разработке методов исследования поведения организационных покупателей и потребителей.

-в области проектной деятельности:

разработка современных технологий продаж и обоснование целесообразности их применения в конкретных условиях деятельности различных субъектов рынка;

Содержание дисциплины: Эволюция продажи. Характеристика субъектов оптовой и розничной торговли. Основы поведения оптовых и розничных покупателей в процессе купли-продажи. Организационные покупатели. Телефонные переговоры о продаже. Основные элементы процесса персональной продажи. Переговоры о продаже. Завершение продаж.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать следующими общекультурными (ОК) и профессиональными (ПК) и профильными (ПрК) компетенциями:

ОПК-3 - умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов

ОПК-4 - способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией

ПК-8 - готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

ПрК-1 - способностью разрабатывать новые методы продаж и продвижения товаров на рынок

ПрК-5 - способностью формировать направления развития товарного ассортимента организации

Образовательные технологии:

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием дисциплины; при подготовке к аудиторным занятиям и выполнении заданий самостоятельной работы следует руководствоваться методическими указаниями.

Обучение по дисциплине предполагает аудиторные занятия и самостоятельную работу. Аудиторные занятия проводятся в виде:

1) лекций, предусматривающих передачу учебной информации преподавателем обучающимся;

2) практических занятий (семинаров, практикумов, лабораторных занятий), обеспечивающих закрепление полученного знания, отработку планируемых навыков и получения опыта деятельности, способствующих формированию компетенций.

Лекция является важным источником информации, так как новый учебный материал не всегда находит отражение в учебниках, отдельные

темы учебника

могут быть трудны для самостоятельного изучения и требуют освоения в контакте с преподавателем. В вузовском обучении в условиях стационара лекция является основной формой учебных занятий. Чтение лекций поручается обычно самым опытным и теоретически подготовленным ученым - профессорам и доцентам, докторам и кандидатам наук.

Лекция помогает ему выбрать правильный, наиболее рациональный путь в своей самостоятельной учебе. Отсюда вытекают и ее функции: информационная, знакомит с отдельной проблемой, раскрывает особенности конкретной темы.

Составитель: Н.Е. Петрова, кафедра коммерческого товароведения