

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.7. Технология продаж

**Семестр: 6**

**Количество часов: 108**

**Количество зачетных единиц: 3**

**Промежуточная аттестация: зачет**

**Место дисциплины в структуре ООП:**

Дисциплина «Технология продаж» относится к дисциплинам по выбору (Б1.В.ДВ.7.) подготовки бакалавров по направлению 38.03.07 *Товароведение*.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин: Маркетинг, Международный маркетинг.

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих дисциплин: Мерчендайзинг, Логистика.

**Цель и задачи освоения дисциплины:** **Цель дисциплины** «Технология продаж» - приобретение студентами знаний в области технологии продаж с учетом современных требований сервисной политики.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, по направлению 38.03.07 *Товароведение* в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа бакалавриата (практико-ориентированный, прикладной), будет готов решать следующие профессиональные задачи:

**оценочно-аналитическая деятельность:**

- изучение спроса и анализ показателей ассортимента с целью оптимизации ассортимента торгового предприятия;
- анализ конъюнктуры товарного рынка, закономерностей и тенденций формирования потребностей и спроса населения.

**торгово-технологическая деятельность:**

- контроль за сбытом товаров, анализ факторов, влияющих на сбыт, разработка предложений по увеличению объема продаж, анализ перспектив сбыта новых товаров с учетом их потребительских свойств, тенденций изменения спроса населения, разработка предложений по увеличению объема продаж.

**научно-исследовательская деятельность:**

- анализ и обоснование новых направлений повышения конкурентоспособности отечественных товаров и выявление резервов импортозамещения;

- проведение статистических обследований, опросов, анкетирования с целью изучения конъюнктуры и перспектив развития товарного рынка.

#### **Содержание дисциплины:**

Модели потребительского поведения. Факторы, определяющие поведение индивидуальных потребителей. Типы клиентов.

Активные и пассивные продажи. Активные продажи. Создание клиентской базы.

Этапы подготовки к продаже: «базовый» настрой продавца, сбор и анализ информации о клиенте, создание необходимого психологического настроя. Виды связок: стандартные, обратные, внутренние, связки-рефрены.

Продажи по телефону: достоинства и недостатки. Разговор по телефону с лицом, принимающим решения. Продажи в пределах торгового пространства. Мотивация продавца.

Школа продаж. Типы клиентов. Работа с возражениями. Принятие решения о покупке. Сопровождение (ведение) клиента. Использование нестандартных методов.

Эволюция персональных продаж. Типы продавцов. Задачи, принципы и функции персональных продаж. Современные проблемы в продажах и особенности их осуществления на российском рынке. Успех персональных продаж. Деловой и психологический тип клиента.

Поиск клиентов. Клиентская пирамида Вербальная оценка. Стратегия постановки вопросов. Проведение презентации. Инструменты продаж.

Роль отдела продаж компании. Планирование продаж. Составление коммерческого предложения. Каналы сбыта. Структура отдела продаж.

Структурные компоненты успешного бренда. Создание бренда. Слоган. Принципы успешного продвижения бренда. Рекламная деятельность. Воздействие рекламных обращений. Особенности рекламы.

**В результате освоения учебной дисциплины** обучающийся должен обладать следующими профессиональными (ПК) компетенциями:

ПрК-4- способность к организации технологического процесса продаж. В рамках данной компетенции формируются следующие знания, умения и навыки.

#### **Знания (З):**

– этапы осуществления продажи с учетом потребностей потребителей в области сервиса;

– факторы внешнего и внутреннего влияния на покупательское поведение (национальные, региональные, демографические, психографические и др.);

- аспекты поведения потребителей, условия, технику, организацию продаж, типы клиентов, особенности персональной продажи, принципы поиска клиентов;
- принципы, правила, этапы презентации;
- методы и формы торговли.

#### **Умения (У):**

- осуществлять продажи с учетом психологических особенностей потребителей.

#### **Навыки /опыт деятельности (Н/О):**

- в выявлении потребностей потребителей.

#### **Образовательные технологии:**

Обучение по дисциплине предполагает аудиторские занятия и внеаудиторную работу. Аудиторские занятия проводятся в виде:

1) лекций, предусматривающих передачу учебной информации преподавателем обучающимся;

2) практических занятий\семинаров, 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. Лекция выполняет следующие функции:

- информационную (оперативный отбор, обобщение и изложение научной информации с учетом профиля аудитории и подготовленности слушателей);

- теоретическую (изложение системы научного знания, формирование научного мировоззрения; формирование творческого мышления);

- методологическую (ориентация на использование системы научного знания, на его практическое применение);

- логическую (соблюдение принципа целостности построения материала: последовательность развития темы; соразмерность, органическая взаимосвязь и взаимообусловленность всех структурных элементов лекции (введения, главной части, заключения); темы и плана, всех вопросов лекции).

- организующую (организация самостоятельной работы обучающегося в ходе учебного процесса (т.е. во время лекции) и во внеаудиторное время);

- воспитательную (формирование у обучающихся культуры труда (дисциплинированности, ответственности, трудолюбия), логичности мышления и изложения, самостоятельности и активности).

**Практическое занятие** предполагает выполнение обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий. На практических занятиях проходит закрепление, углубление, расширение и детализация знаний обучающихся при решении конкретных задач; развитие познавательных способностей, самостоятельного мышления, творческой активности; овладение новыми методами новыми методами изучения

дисциплины; выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий; обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения. Практическое занятие выполняет познавательную, развивающую и воспитательную функции.

**Составитель:** Н.Е. Петрова, кафедра коммерческого товароведения