

**Аннотация
рабочей программы дисциплины
Технологии продаж**

Направление подготовки: 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль): «Товароведение и экспертиза товаров во внутренней и внешней торговле»

Год начала подготовки 2019

Квалификация: Бакалавр

Трудоемкость: 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Технологии продаж» относится к вариативной части учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.07 Товароведение, является дисциплиной по выбору обучающимся.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин: «Маркетинг», Практики по получению первичных профессиональных умений и навыков. Упаковка и хранение товаров, Технология складского хозяйства.

Освоение дисциплины необходимо как способствующее изучению дисциплин: «Мерчендайзинг», «Организационно-управленческая деятельность торговых предприятий», «Логистика», «Преддипломная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Защита выпускной квалификационной работы».

Содержание дисциплины (тематический план):

1. Введение.
2. Эволюция продажи.
3. Характеристика субъектов оптовой и розничной торговли.
4. Основы поведения оптовых и розничных покупателей в процессе купли-продажи.
5. Организационные покупатели.
6. Основы коммерческих коммуникаций.
7. Телефонные переговоры о продаже.
8. Основные элементы процесса персональной продажи.
9. Переговоры о продаже.
10. Завершение продажи.
11. От процесса – к технологиям продаж.
12. Традиционная оптовая, мелкооптовая и магазинная оптовая технология продаж.
13. Выставочная (ярмарочная) технология продажи.
14. Взаимосвязь магазинных технологий: традиционной, с открытой выкладкой и самообслуживания.
15. Технология продажи товаров по образцам.
16. Онлайн-технология продажи.

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ПК-14 - способность осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их

выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии, разрабатывать предложения по предупреждению и сокращению товарных потерь.

Разработчик: кафедра коммерческого товароведения