

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 2020

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 - способностью 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