

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ"

Факультет Производственного менеджмента и маркетинга
Кафедра Маркетинга и логистики

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
"Управление продажами"

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Управление продажами» - формирование у студентов знаний, навыков и компетенций, необходимых для организации эффективной сбытовой деятельности в организациях, а также в сфере розничной торговли.

2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

- сформировать понимание концепции управления продажами с позиции различных подходов;
- 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;
- изучить основы функционирования отдела продаж на предприятии: принципы организационного построения и этапы процесса управления»;
- рассмотреть основные этапы процесса продажи и определить особенности их реализации;
- освоить на примере практического материала методики решения задач в области управления продажами.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Цикл (раздел) ОПОП ВО: Б1.В.14

1.3.1. Дисциплина «Управление продажами» опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

Современный стратегический анализ

Управление качеством

Методы изучения рынков и маркетинговый анализ

1.3.2. Дисциплина «Управление продажами» выступает опорой для следующих элементов:

Управление брендом

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2, ПК-6, ПК-12

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

3.1 Знать:

Основные принципы организации рекламной кампании

Инструменты маркетингового ценообразования

Методы и инструменты оперативного планирования

3.2 Уметь:

Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии

Разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги)

Выбирать оптимальные методы и инструменты планирования

3.3 Владеть:

Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ

Разработка ценовой политики в организации

Обоснование структуры исходных данных

5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ И ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость: 144 / 4

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов и тем / вид занятия/

Раздел . Сбыт как основной показатель эффективности деятельности предприятия и отдела продаж
Тема 1.1.Сущность и содержание управления продажами /Лек/
Тема 1.1.Сущность и содержание управления продажами /Сем зан/
Тема 1.1.Сущность и содержание управления продажами /Ср/
Тема 1.2. Организационная структура управления продажами /Лек/
Тема 1.2. Организационная структура управления продажами /Сем зан/
Тема 1.2. Организационная структура управления продажами /Ср/
Тема 1.3 Формирование эффективного кадрового сбыта /Лек/
Тема 1.3 Формирование эффективного кадрового сбыта /Сем зан/
Тема 1.3 Формирование эффективного кадрового сбыта /Ср/
Тема 1.4. Система мотивации эффективного сбыта /Лек/
Тема 1.4. Система мотивации эффективного сбыта /Сем зан/
Тема 1.4. Система мотивации эффективного сбыта /Ср/
Раздел . Стимулирование роста объемов сбыта путем эффективного управления работой клиентской базой
Тема 2.1. Анализ клиентской базы /Лек/
Тема 2.1. Анализ клиентской базы /Сем зан/
Тема 2.1. Анализ клиентской базы /Ср/
Тема 2.2. Техника и правила ведения переговоров /Лек/
Тема 2.2. Техника и правила ведения переговоров /Сем зан/
Тема 2.2. Техника и правила ведения переговоров /Ср/
Тема 2.3. Прогнозирование объемов сбыта /Лек/
Тема 2.3. Прогнозирование объемов сбыта /Сем зан/
Тема 2.3. Прогнозирование объемов сбыта /Ср/
Тема 2.4. Стимулирование роста объемов сбыта /Лек/
Тема 2.4. Стимулирование роста объемов сбыта /Сем зан/
Тема 2.4. Стимулирование роста объемов сбыта /Ср/

Составитель(и): канд. экон. наук, доцент Малиненко В.Е.

Составитель(и): канд. экон. наук, доцент Лизогуб Р.П.

**Согласовано:
Проректор по УРиМС**



Л.Н. Костина