

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Управление продажами»**

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель изучения учебной дисциплины

Цель изучения дисциплины «Управление рынком сбыта» – изучение теории и практики планирования, организации и управления сбытом на промышленном предприятии, формирование знаний, умений, навыков в области организации распределения на основе понимания его сущности, принципов построения рациональной схемы товародвижения, изучения факторов, влияющих на организацию и эффективность системы товародвижения и сбыта. студенты должны:

1.2. Задачи учебной дисциплины:

- развитие высокой культуры экономического мышления;
- знакомство и закрепление знаний в части понятийного аппарата управления сбыта;
- развитие способности умелого использования студентами полученных знаний при практическом применении основ управления сбыта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

2.1. Цикл (раздел) ООП:

Дисциплина «Управление рынком сбыта» относится к дисциплинам профессионального цикла, Б.1.3 В вариативной части, Б1.3 В.ОД Обязательные дисциплины.

2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП

При изучении дисциплины требуются знания и умения, полученные при изучении дисциплин «Маркетинг», «Поведение потребителей», Маркетинговая товарная политика Маркетинговые исследования Маркетинговые коммуникации, «Логистика», «Маркетинг услуг», «Международные экономические отношения», «Рекламный менеджмент», «Маркетинг промышленных предприятий», «Управление жизненным циклом продукта».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

Код существующей компетенции по ГОС ВПО	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Знать: - цели, задачи, объект и предмет управления рынком сбытом, основные понятия, которыми оперирует процесс товародвижения; - методы оценки алгоритмов построения и отбора функциональных каналов сбыта товаров в условиях неопределенности рыночного

		<p>окружения</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать инструментарий менеджмента в области управления организации рациональной схемы товародвижения; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - критериями и индикативными параметрами эффективности системы товародвижения и сбыта
ОПК-2	<p>способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности функционирования субъектов сферы товарного обращения; - методические основы расчета основных экономических показателей деятельности посредников; - особенности рынков сбыта продукции и методики их изучения; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать организационно – управленческие решения при проведении маркетинговых исследований рынков сбыта продукции предприятия; - прогнозировать поведение покупателей на рынке с позиций социальной и экономической значимости для компании ; <p>Владеть:</p> <p>навыками управления и возможностями нахождения организационно-управленческих решений и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений</p>
ПК-5	<p>способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретико-методические основы процедур разработки коммуникационных стратегий на рынке; - функциональный инструментарий управления функциональной областью организации в системе товародвижения и сбыта товаров, продукции и услуг. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать эффективность и разрабатывать алгоритм рационального канала сбыта на рынке. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами управления процессами снабжения и распределения товарами; - применять знания и решать задачи в

		области определения оптимальной структуры каналов распределения с учетом особенностей товаров; экономически обосновывать и принимать управленческие решения относительно способа доставки товара, его упаковки, складирования и продвижения на рынок
--	--	--

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Теоретические основы управления сбытом предприятия

Тема 1. Теоретические основы управления сбытом предприятия

Тема 2. Каналы сбыта товаров: сущность, функции, виды участников

Раздел 2. Управление организационной системой торговли товарами

Тема 3. Роль и значение торговых посредников в системе сбыта товаров

Тема 4. Организационные формы оптовой торговли товарами

Раздел 3. Организационные системы торговли товарами и их транспортировка

Тема 5. Розничная торговля в системе сбыта товаров

Тема 6. Транспортировка и складирование в системе сбыта товаров

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционные технологии (лекция, семинарское занятие, консультация, экзамен), технологии интерактивного обучения (дискуссии, игровые технологии), проблемное обучение.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Савченкова О.О., преподаватель кафедры маркетинга и логистики.