

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Управление продажами

Наименование ОПОП ВО

38.03.02 Менеджмент. Управление малым бизнесом

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины является формирование у бакалавров соответствующих теоретических знаний и практических навыков по управлению хозяйственными и социально-экономическими процессами, понимания современных тенденций в области продаж и принятию правильных управленческих решений в предпринимательской деятельности.

В процессе изучения курса решаются следующие задачи:

- сформировать понимание сущности, принципов, функций и задач управления продажами;
- ознакомить с ролью и развитием продаж в маркетинге, поведением покупателей и стратегией продаж;
- освоить знания относительно организации службы сбыта, продаж и требований к профессиональной компетенции специалиста по продажам;
- сформировать знания о каналах и продвижении продаж, о мотивации и подготовке кадров, о прогнозировании объемов продаж;
- ознакомить с ответственностью персональных продаж и управления ключевыми клиентами, основанных на взаимоотношениях, информационных технологиях в продажах;
- применять практические технологии по организации продаж с использованием маркетинговых подходов;
- сформировать практические навыки по использованию знаний по управлению продажами для правильной организации продаж и оценки их эффективности.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения
-------------------------------	-----------------	--------------------------	---------------------------------

38.03.02 «Менеджмент» (Б-МН)	ПК-17	Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	Знания:	концепций, описывающие экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; методических основ формулирования бизнес-идеи, бизнес-моделирования и бизнес-планирования; рыночных и специфических рисков; основных понятий и категорий качества, современных концепций и методов управления качеством; цели, принципов, функций, сферы применения, объектов, средств и методов маркетинга; основных теоретических положений и ключевых понятий в области денежной, банковской и кредитной системы РФ; основных инструментов регулирования денежной, валютной и кредитной системы государства.
			Умения:	находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею; моделировать бизнес и разрабатывать бизнес-план; определять потребность и оценивать эффективность использования производственных ресурсов организации; оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; проводить анализ рыночных и специфических рисков; принимать управленческие решения в области качества и оценивать их эффективность; выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга; разрабатывать маркетинговые стратегии и программы по формированию и удовлетворению спроса; рассчитывать основные показатели, характеризующие инфляцию; осуществлять выбор инструментальных средств для обработки финансовых данных в соответствии с поставленной задачей.

			Навыки:	поиска и формулирования бизнес-идеи; моделирования бизнеса и разработки бизнес-планов; оценки эффективности использования экономических ресурсов предприятия; оценки экономических и социальных условий; осуществления предпринимательской деятельности; проведения анализа рыночных и специфических рисков, использования его результатов для принятия управленческих решений; проектирования и внедрения систем качества; выявления и формирования спроса потребителей; разработки маркетинговых стратегий и программ по формированию и удовлетворению спроса.
	ПК-19	Владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками	Знания:	теоретических основ анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса.
			Умения:	планировать сбытовую и маркетинговую деятельность организации; анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; разбираться в разнообразии структур рынков.
			Навыки:	выполнения бизнес-плана всеми участниками с использованием механизмов координации предпринимательской деятельности

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
38.03.02 Менеджмент	ЗФО	Бл1,ДВ.Г	3	5	13	8	4	0	1	0	167	Э

Составители(ль)

Лебединская Ю.С., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра экономики и управления, Yuliya.Lebedinskaya@vvsu.ru