

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ  
«Управление продажами промышленной продукции»**

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки  
38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата)

**Направленность (профиль):** Производственный менеджмент

**Общий объем дисциплины** – 4 з.е. (144 часов)

**Форма промежуточной аттестации** – Зачет.

**В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы компетенции с соответствующими индикаторами их достижения:**

- ПК-6.2: Разрабатывает товарную, ценовую и сбытовую политику предприятия;

**Содержание дисциплины:**

Дисциплина «Управление продажами промышленной продукции» включает в себя следующие разделы:

**Форма обучения очно - заочная. Семестр 10.**

**1. Сущность управления продажами.** Концепция управления продажами. Нормативная и правовая

документацию, регламентирующую сферу продаж. Анализ рынка, выявление запросов потребителей, учет конкурентной среды..

**2. Стратегии продаж.** Стратегия продаж. Место стратегии продаж в деятельности предприятия. Разработка стратегии продаж. Анализ конкурентов: доли рынка, наличие товаров заменителей; ценовая политика: наличие скидок, постпродажное обслуживание; продвижение продукции: выбор средств продвижения продуктов; каналы сбыта: планирование и выстраивание эффективных каналов сбыта промышленной продукции, каналы сбыта конкурентов..

**3. Организация продаж.** Отдел продаж и его основная функция. Организация работы отдела продаж.

Организация системы сбыта. Алгоритм построения эффективного канала сбыта. Отношения с торговыми сетями..

**4. Планирование продаж.** Планирование и прогнозирование продаж: вероятностные, статистические методы, оценка результатов. Анализ клиентской базы..

**5. Управление продажами.** Координация стратегии продаж и маркетинговой стратегии предприятия. Разработка сбытовой политики предприятия..

**6. Психологические аспекты управления продажами.** Организация взаимодействия с покупателями с учетом их психологических особенностей..

**7. Информационные технологии в коммерции.** Создание единой информационной системы, сбор информации о клиентах, автоматизация работы менеджеров, защита клиентской базы организации..

Разработал:  
доцент  
кафедры ЭиПМ

Т.Ю. Белова

Проверил:  
Директор ИЭиУ

И.Н. Сычева