

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Управление продажами»

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

Направленность (профиль): Управление малым бизнесом

Общий объем дисциплины – 3 з.е. (108 часов)

Форма промежуточной аттестации – Зачет.

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

- ПК-10.3: Способен формировать бизнес-план создания и (или) развития бизнеса;
- ПК-10.4: Применяет методы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и координации предпринимательской деятельности;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Управление продажами» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения заочная. Семестр 9.

1. Организация работы отдела продаж. Структура продаж. Целеполагание создания отдела исходя из миссии компании. Применяя методы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и координации предпринимательской деятельности изучаем структурирование работы отдела продаж. От регламентации бизнес-процессов отдела продаж к их автоматизации. Разрабатывая бизнес-план создания и развития предприятий изучаем определение (изменение) формата отделов зависимости от целей.

Сущность и задачи управления продажами. Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков изучаем этапы процесса продаж. Типы продаж. Менеджмент службы сбыта. Анализируя способность формирования бизнес-плана и развития бизнеса изучаем факторы, определяющие успешность работы отдела продаж..

2. Установление и поддержание контакта. Основные психологические типы поведения клиентов. Разрабатывая бизнес-план создания и развития предприятий изучаем управление активностью менеджеров. Используя способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений выделяете этапы в процессе работы с клиентами. Анализируя способность формирования бизнес-плана и развития бизнеса изучаем внедрение технологии целевого управления продажами.

Анализируя способность формирования бизнес-плана и развития бизнеса изучаем роль отдела продаж в компании. Подразделения, взаимодействующие с отделом продаж. Направления информационной работы с клиентами. Анализ продаж. Применяя методы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и координации предпринимательской деятельности изучаем построение отношений с другими подразделениями..

3. Эффективность презентации товара. Подготовка к переговорам. Используя способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели выявите сущность, цели и задачи прогнозирования продаж. Оценивая инвестиционные проекты с учетом роли финансовых институтов и рынков изучаем выбор метода прогнозирования (прогнозирование на основе экспертных данных, прогнозирование на основе данных результатах процессов, прогнозирование на основе данных о показателях процессов).

Применяя методы поэтапного контроля реализации бизнес-планов и координации предпринимательской деятельности изучаем место стратегии продаж в деятельности компании. Реализация стратегии продаж (Удержание клиентов как элемент стратегии)..

Разработал:
доцент
кафедры М

Ю.Н. Филимонова

Проверил:
Директор ИЭиУ

И.Н. Сычева