

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Управление продажами»**

Учебный курс «Управление продажами» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Стратегический маркетинг».

Дисциплина «Управление продажами» входит в вариативную часть блока «Дисциплины (модули) по выбору».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы – 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (12 час.), практические занятия (24 часа, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студента (108 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Управление продажами» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Практический маркетинг», «Маркетинговое управление», «Маркетинговые коммуникации» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Управление результативностью маркетинга», «Экономическое обоснование маркетинговых решений», «Создание и выведение на рынок новых товаров».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: экономическая сущность и содержание продаж в маркетинговой системе. Виды продаж, типы технологий продаж: сервис, агрессивное продвижение продукта, спекулятивная продажа, консультационная продажа. Цикл продаж товарной продукции, классификация продавцов и покупателей, в зависимости от установки в процессе продажи. Особенности построения и содержания курса отражает системный подход к организации процесса продаж, этапам разработки программы продаж, методам прогнозирования продаж, организации и управлению операционными, консалтинговыми и партнерскими продажами.

**Цель** дисциплины – освоение магистрантами современных подходов, приемов и методов управления продажами на различных этапах заключения сделки.

**Задачи:**

- изучить основные модели управления продажами в компаниях, принципы и методы формирования программы продаж;
- освоить эффективные методы экономического и стратегического анализа поведения субъектов предпринимательской среды;
- сформировать умения управлять персоналом, разрабатывать стратегию продаж, оперативно принимать решения по изменению элементов стратегии продаж.

Для успешного изучения дисциплины «Управление продажами» у магистрантов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- знание психологических особенностей и специфики делового взаимодействия с людьми различных типов поведения;
- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;
- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируются следующие профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК – 4 способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	Знает	подходы к формированию предпринимательской ориентации на основе требований к процессу управления продажами организации
	Умеет	анализировать и формировать деятельность отделов предприятия по управлению продажами
	Владеет	приемами и методами управления коллективом в сфере продаж с целью формирования предпринимательской ориентации организации

ПК – 9 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знает	особенности анализа поведения потребителей и рынков в глобальной среде при управлении продажами предприятия
	Умеет	выбирать и планировать инновационные системы продаж с учетом специфики работы предприятия и особенностей рынка
	Владеет	методами экономического и стратегического анализа для выбора оптимальных систем продаж с учетом специфики работы предприятия

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление продажами» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: метод ситуационного анализа (ситуационные задания, кейс-задача), метод проектов (разработка индивидуального проекта, майнд-карта), метод дискуссии (групповые дискуссии).