«ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ, ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ И ПРЕЗЕНТАЦИЙ»

АННТОТАЦИЯ
К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Специальность 1-28 01 02 «Электронный маркетинг»

	Форма получения высшего образования		
	Очная (дневная)	Заочная	Заочная сокращенная
Курс	4	5	4
Семестр	7	10	8
Лекции, часы	28	8	6
Практические занятия, часы	28	8	6
Аудиторная контрольная работа (семестр, часы)	-	8 (2 часа)	8 (2 часа)
Экзамен, семестр	7	10	8
Аудиторных часов по учебной дисциплине	56	18	14
Самостоятельная работа, часы	114	152	156
Всего часов по учебной дисциплине / зачетных единиц	170 / 4,5		

1 Краткое содержание учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины – подготовка специалиста, обладающего теоретическими знаниями и практическими навыками в области технологий продаж, деловых переговоров и презентаций, необходимых для успешной деятельности в условиях высоко конъюнктурного рынка.

2 Результаты обучения

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

знать: современные стратегии и технологии формирования бизнес-портфеля предприятия; технологии продвижения и распределения продукции, современные инструменты привлечения и удержания клиентов, технику решения проблем заказчика; современные стратегии, методы и подходы обоснования предмета торгов;

уметь: анализировать маркетинговые и рыночные процессы в стране и за рубежом; формировать и формулировать коммерческие предложения для проведения переговоров и продажи; разрабатывать программы по организации визитов и проведению переговоров; разрабатывать презентации для ведения переговоров; применять на практике современные методы, методики и инструменты по анализу рынка и продаж; аргументировать собственную позицию в ходе обсуждения экономических и маркетинговых проблем во взаимодействиях поставщика и покупателя; использовать экономические знания и знания рыночных процессов для принятия рациональных решений по проблемам взаимодействия субъектов хозяйствования; осуществлять поиск и анализ необходимой информации из различных источников; прогнозировать и определять целевые показатели по продажам будущих периодов;

владеть: инструментальными средствами мультимедийных презентаций; способами и формами ведения деловых переговоров.

Кроме того, результаты изучения дисциплины будут использоваться в ходе практики и при подготовке дипломной работы.

3 Формируемые компетенции

АК-1 уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач; АК-2 владеть системным и сравнительным анализом; АК-3 владеть исследовательскими навыками; АК-4 уметь работать самостоятельно; АК-5 быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью); АК-6 владеть междисциплинарным подходом при решении проблем; АК-7 иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером; АК-8 обладать навыками устной и письменной коммуникации; АК-9 уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни; АК-10 использовать основные законы естественно-научных дисциплин в профессиональной деятельности; АК-13 ориентироваться в базовых положениях экономической теории, применять их с учетом рыночной экономики; АК-14 на научной основе организовывать свой труд, самостоятельно оценивать результаты своей деятельности; СЛК-1 обладать качествами гражданственности; СЛК-2 быть способным к социальному взаимодействию; СЛК-3 обладать способностью к межличностным коммуникациям; СЛК-4 быть способным к критике и самокритике; СЛК-6 уметь работать в команде; ПК-1 осуществлять анализ рыночной ситуации и прогноз спроса с использованием математических и программных средств; ПК-30 организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей; ПК-31 взаимодействовать со специалистами смежных профилей; ПК-33 вести переговоры с другими заинтересованными участниками.

4 Образовательные технологии:

При изучении дисциплины используется модульно-рейтинговая система оценки знаний студентов. Формы проведения занятий:

- мультимедиа;
- дискуссии;
- деловые игры.