

# «ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ»

## АННОТАЦИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

Специальность **6-05-0611-04 «Электронная экономика»**

Профилизация **электронный маркетинг**

	Форма получения высшего образования	
	Очная (дневная)	Заочная
Курс	3	4
Семестр	6	8
Лекции, часы	34	8
Практические занятия, часы	34	8
Аудиторная контрольная работа (семестр, часы)	-	8 (2 часа)
Экзамен, семестр	6	4
Аудиторных часов по учебной дисциплине	68	18
Самостоятельная работа, часы	40	90
Всего часов по учебной дисциплине / зачетных единиц	108 / 3	

### 1. Краткое содержание учебной дисциплины:

Сущность, организация и планирование продаж. Исследование рынка в системе продаж. Характеристика и технологии розничных продаж. Мерчандайзинг в системе управления продажами. Рынок интернет-продаж. Методы и средства стимулирования продаж. Стимулирование продаж в электронной торговле. Оценка эффективности стимулирования продаж. Деловые переговоры. Деловой этикет. Деловые презентации.

### 2. Результаты обучения: обучающийся должен

**знать:** особенности организации и планирования продаж; модели продаж, технологии и способы осуществления продаж; особенности мерчандайзинга в системе управления продажами; методы и средства стимулирования продаж; особенности продаж в сети Интернет; особенности ведения деловых переговоров и презентаций;

#### **уметь:**

проводить исследования рынка в системе продаж; формировать коммерческие предложения для продаж; разрабатывать программы по организации визитов и проведению переговоров; осуществлять эффективные продажи оценивать эффективность продаж;

**иметь навык:** оценки факторов рыночной среды, влияющих на продажи; разработки презентаций для ведения переговоров и осуществления продаж.

### 3. Формируемые компетенции:

Осуществлять эффективные продажи, деловые переговоры и презентации.

### 4. Требования и формы текущей и промежуточной аттестации

Используется модульно-рейтинговая система. Промежуточная аттестация: опрос на практических занятиях. Текущая аттестация: экзамен.