

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ

1. Цель освоения дисциплины

Овладение студентами системой теоретико-методологических, организационных и финансово-экономических знаний и действий, направленных на совершенствование процессов купли-продажи товаров и услуг для удовлетворения спроса потребителя и получение прибыли от реализации товаров.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Организация продаж» относится к вариативной части блока дисциплин. Для освоения дисциплины «Организация продаж» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Маркетинг», «Логистика», «Маркетинг интеллектуальных продуктов», «Маркетинг услуг», «Маркетинговое ценообразование», «Маркетинговые исследования», «Основы маркетинговых коммуникаций», «Реклама», «Товароведение. Экспертиза и стандартизация». Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Анализ поведения потребителей», «Бренд-менеджмент», «Информационные системы маркетинга», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинг интеллектуальных продуктов», «Маркетинг образовательных услуг», «Маркетинг услуг», «Маркетинговое консультирование», «Маркетинговое ценообразование», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговый анализ», «Международный маркетинг», «Организация связей с общественностью», «Правовое регулирование маркетинговой деятельности», «Промышленный маркетинг», «Стратегический маркетинг», «Управление маркетингом», «Управление продуктом», «Финансовые аспекты маркетинга», прохождения практики «Преддипломная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– готовностью использовать систематизированные теоретические и практические знания в области маркетинга для осуществления профессиональной деятельности (СК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- сущность организации продаж на предприятии;
- основы коммерческой деятельности для решения профессиональных задач предприятия;
- понятие товарооборота в коммерческой деятельности предприятия;

уметь

- исследовать товарные рынки и прогнозировать покупательский спрос;
- изучать и выявлять потребности населения в товарах и услугах;
- проводить коммерческие переговоры, заключать договора купли-продажи;

владеть

- принципами организации и управления процессами оптовой и розничной купли-продажи и обмена товаров;
- навыками организации учета и контроля за выполнением договорных обязательств;
- навыками осуществления коммерческих взаиморасчетов.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 4,
общая трудоёмкость дисциплины в часах – 144 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 16 ч., СРС – 119 ч.),
распределение по семестрам – 3 курс, лето, 4 курс, зима,
форма и место отчётности – экзамен (4 курс, зима).

5. Краткое содержание дисциплины

Сущность организации продаж на предприятии.

Сущность и содержание организации продаж. Коммерческая деятельность: понятие, предмет и метод. Сферы продаж. Объекты и субъекты коммерческой деятельности. История развития коммерции в России и за рубежом. Методологические основы коммерческой деятельности. Цели и задачи, структура и содержание коммерческой деятельности. Факторы, определяющие развитие коммерческой деятельности. Составляющие коммерческой деятельности.

Проблематика организации коммерческой деятельности на предприятии.

Методы исследования, организации и моделирования коммерческой деятельности.

Государственное регулирование и регламентация коммерческой деятельности предприятий.

Финансовое и материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности, источники развития. Результаты коммерческой деятельности.

Управление товарооборотом в коммерческой деятельности предприятия.

Исследование товарных рынков. Выбор товаров и формирование ассортимента. Определение оптимальных объемов закупок и продаж товаров. Проведение коммерческих переговоров, заключение договоров купли-продажи товаров. Коммерческие взаиморасчеты. Закупка и поставка товаров. Формирование и планирование товарных запасов. Организация и управление процессами товародвижения и продажи товаров. Сервисное обслуживание.

6. Разработчик

Патеева Валерия Викторовна, к. э. н., доцент кафедры менеджмента и экономики образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ».