

Б1.В.ДВ.03.01 Управление продажами

Объем дисциплины (модуля) 6 ЗЕТ (216 час)

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины - формирование теоретических знаний, практических умений и навыков в области управления продажами компании.

Задачи изучения дисциплины: формирование знаний об организации продаж, о методах планирования, прогнозирования и современных технологиях продаж; умений использовать возможности телекоммуникационной сети «Интернет» в качестве исследовательского инструмента сбора, обработки, интерпретации и анализа полученных данных; навыков подбора каналов и осуществления продаж, использования системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с целью повышения эффективности системы продаж предприятия.

ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.1: Знает основы экономических знаний для решения задач в профессиональной сфере, современные теоретические и методические подходы макро- и микроэкономики

ПК-2.2: Способен обрабатывать, анализировать и интерпретировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций

ПК-2.2.5: Имеет навыки разработки и описания методологии больших данных

ПК-2.2.4: Знает методологию и принципы больших данных, классификацию видов данных и их характеристики, методологию обследования процессов больших данных, базовые алгоритмы обработки больших данных

ПК-2.3: Способен разработать стратегию продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и управлять стратегией интернет-продвижения

ПК-2.3.2: Анализирует трафик на веб-сайт

ПК-2.3.1: Подбирает каналы и формирует систему показателей эффективности продвижения в сети «Интернет»

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать: теоретические основы управления продажами в макро- и микроэкономике, стратегию продвижения товара и услуги, этапы организации продаж

Уметь: проводить маркетинговое исследование в продажах, обрабатывать, анализировать и интерпретировать данные для повышения эффективности продаж компании, разрабатывать стратегию продвижения товаров и услуг в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и управлять стратегией интернет-продвижения

Владеть: навыками подбора каналов и формирования системы показателей эффективности, разработки и описания методологии больших данных, анализа трафика на веб-сайт и в социальные сети.

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Управление продажами компании

Раздел 2. Методология анализа больших данных

Раздел 3. Стратегия продвижения товаров и услуг

Раздел 4. Этапы организации продаж в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»