



**АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«ТЕХНОЛОГІЯ ТА ПРАКТИКА ПРОДАЖІВ» -**  
*дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр»,*  
*освітньої програми «Товарознавство та торговельне*  
*підприємництво».*  
**Викладається кафедрою маркетингу**

**1. Мета опанування дисципліни.**

*Мета навчальної дисципліни* – це формування у здобувачів системи знань про економічну сторону технології продажів товарів та послуг, системи збуту, аналізу продажів, а також набуття вмінь щодо виявлення, створення і задоволенню потреб споживачів.

**2. В результаті вивчення дисципліни здобувач буде:**

**ЗНАТИ:** теоретичні, правові та практичні основи технології продажів товарів та послуг; механізм і технології продажів товарів та послуг; основні техніки продажів; основні критерії вибудовування структури продажів на різних ринках.

**ВМІТИ:** застосовувати навички ділового спілкування при взаємодії з клієнтами, укладення договорів і контролювання їх виконання, дотримання етичних норм поведінки при роботі з клієнтами, визначення психотипу клієнта і коригування своїх дій з урахуванням особливостей його поведінки; працювати з індивідуальними і груповими клієнтами; вибирати технологію проведення процесу продажів; встановлювати і проводити аналіз мотивів клієнта; вибудовувати алгоритм обробки заперечень клієнтів при здійсненні угоди, продажу по телефону, проведення презентації; застосовувати прийоми обґрунтування ціни і методи завершення продажів;

**3. Перелік компетенцій, яких набуде здобувач після опанування даної дисципліни:**

1. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
3. Здатність працювати в міжнародному контексті.
4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
5. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
6. Здатність використовувати інструментарій в інноваційної діяльності.
7. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
8. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
9. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.
10. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

**4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії**

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім фахівцям для набуття теоретичних знань та практичних вмінь щодо реалізації інструментів продажу, правил введення переговорів для успішної реалізації товарів та послуг

**5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:**

1. Ринкове середовище і управління продажем.
2. Організаційні основи каналів товароруку.
3. Тактика управління продажем.
4. Мотивація продажу.
5. Трейд маркетинг та інструменти стимулювання продажу.
6. Торгові мережі. Організація продажів у роздрібних та мережевих компаніях.
7. Інформаційні технології продажів.
8. Фінансово-економічний аспект продажів.